

Retrat de les dones emprenedores a Barcelona



Ajuntament de
Barcelona



Barcelona
Activa

**Retrat de les dones
emprenedores a Barcelona**



UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL
DE CATALUNYA

Equip investigador-redactor

Anna Pérez-Quintana, *Universitat de Vic.*

Universitat Central de Catalunya

Anna Sabata-Aliberch, *Universitat de Vic.*

Universitat Central de Catalunya

Patrícia Illa Pérez

Coordinació

Gerència de Política Econòmica

i Desenvolupament Local

Sara Berbel, *gerent*

Àngels Santigosa, *directora d'Estudis*

Teresa Udina, *tècnica d'Estudis*

Barcelona Activa

Montse Basora, *Directora Operativa d'Emprenedoria*

M^a José Blanco, *Responsable de Programes
d'Emprenedoria*

M^a Eugènia Marín, *Agent per la igualtat d'oportunitats*

Disseny i maquetació

Montse Lapuyade

Abril de 2019

Índex

RESUM EXECUTIU	6
01. INTRODUCCIÓ	9
02. OBJECTIUS DE L'ESTUDI	10
03. MARC TEÒRIC	11

Estudi quantitatiu

04. METODOLOGIA	14
05. RESULTATS OBTINGUTS EN L'ESTUDI QUANTITATIU	18
05.1. Enquesta de Població Activa (EPA)	18
05.2. Mostra Contínua de Vides Laborals (MCVL)	22
05.3. Activitat emprenedora femenina a Barcelona (GEM)	29
05.4. El cas de Barcelona Activa	39

Estudi qualitatiu

06. METODOLOGIA	43
07. RESULTATS OBTINGUTS EN L'ESTUDI QUALITATIU	46
07.1. De què parlem quan parlem d'emprenedoria?	46
07.2. Estat actual de l'emprenedoria femenina	47
07.3. En quins sectors emprenen més les dones?	50
07.4. Implicacions i dificultats objectivables d'emprendre com a dona	51
07.5. Perfils d'emprenedora: el punt de partida i les motivacions com a variables clau	62
07.5.1. L'emprenedora funcional	63
07.5.2. L'emprenedora vocacional	64
07.6. Reptes i necessitats en les diferents fases d'un projecte d'emprenedoria femenina	68
07.6.1. Fase de gestació/planificació	68
07.6.2. Fase de creació/materialització	74
07.6.3. Fase de creixement i consolidació	77
07.7. Associacions de dones emprenedores/empresàries	82
07.8. Polítiques actuals de suport a l'emprenedoria femenina	85
08. CONCLUSIONS	90
09. BIBLIOGRAFIA	101
ANNEX 1: MOSTRA CONTÍNUA DE VIDES LABORALS (PERÍODE 1962-2016)	102
ANNEX 2: GUIÓ DE LES ENTREVISTES	104

Índex de taules

Taula 1	Validesa de les fonts d'informació referides a l'empresariat femení	15
Taula 2	Mida de la mostra de les microdades de l'EPA per a diversos àmbits territorials	16
Taula 3	Població empresària o cooperativista per grups d'edat i sexe a Catalunya, 2016 (percentatges horitzontals)	18
Taula 4	Població empresària o cooperativista per grups d'edat i sexe a Catalunya, 2016 (percentatges verticals)	19
Taula 5	Població empresària o cooperativista a Catalunya per lloc de naixement i sexe, 2016	19
Taula 6	Població empresària o cooperativista a Catalunya per tipus de jornada i sexe, 2016 (percentatges verticals)	19
Taula 7	Població empresària o cooperativista a Catalunya per tipus de jornada i sexe, 2016 (percentatges horitzontals)	20
Taula 8	Població empresària o cooperativista a Catalunya per nivell d'estudis i sexe, 2016 (percentatges verticals)	20
Taula 9	Població empresària o cooperativista a Catalunya per nivell d'estudis i sexe, 2016 (percentatges horitzontals)	21
Taula 10	Autònoms actius, 2016	22
Taula 11	Percepcions, valors i aptituds emprenedores de les dones de Barcelona	29
Taula 12	Percepcions, valors i aptituds emprenedores dels homes de Barcelona	30
Taula 13	Comparativa de les percepcions, valors i aptituds emprenedores de les dones a diversos àmbits geogràfics en el període 2014-16	31
Taula 14	Indicadors del procés emprenedor de les dones a Barcelona	32
Taula 15	Indicadors del procés emprenedor de les dones per a diversos àmbits geogràfics en el període 2014-16	33
Taula 16	Motius per emprendre i sector d'activitat de les dones emprenedores (TEA) de Barcelona	34
Taula 17	Motius per emprendre i sector d'activitat dels homes emprenedores (TEA) de Barcelona	34
Taula 18	Comparativa dels motius per emprendre i sector d'activitat de les dones (TEA) per a diversos àmbits geogràfics, 2014-16	37
Taula 19	Característiques de les empreses de les dones emprenedores (TEA) de Barcelona	37
Taula 20	Característiques de les empreses dels homes emprenedores (TEA) de Barcelona	38
Taula 21	Comparativa de les característiques de les empreses de les dones emprenedores (TEA) per a diversos àmbits geogràfics, 2014-16	38
Taula 22	Motius per emprendre de l'usuari de Barcelona Activa	39
Taula 23	Formació i experiència prèvia dels usuaris de Barcelona Activa	40
Taula 24	Forma jurídica en el moment de la constitució dels usuaris de Barcelona Activa	40
Taula 25	Sector d'activitat de l'empresa de l'usuari de Barcelona Activa	41
Taula 26	Composició del Focus Group (FG) de les emprenedores participants	44
Taula 27	Entrevistes en profunditat (EPs) a les emprenedores entrevistades	44
Taula 28	Entrevistes en profunditat (EPs) a les expertes entrevistades	45
Taula 29	Autònoms període 1962-2016	103

Índex de gràfics

Gràfic 1	Població empresària o cooperativista a Catalunya per grups d'edat i sexe, 2016 (% horitzontals)	18
Gràfic 2	Població empresària o cooperativista a Catalunya per tipus de jornada i sexe, 2016 (% horitzontals)	20
Gràfic 3	Població empresària o cooperativista a Catalunya per nivell d'estudis i sexe, 2016 (% verticals).....	21
Gràfic 4	Distribució per sexes de l'empresariat autònom a Barcelona, 2016 (%).....	23
Gràfic 5	Distribució per nivell estudis i sexes empresariat autònom a Barcelona, 2016 (%).....	24
Gràfic 6	Distribució per sexe del treball autònom en les principals activitats econòmiques a Barcelona, 2016 (% verticals)	25
Gràfic 7	Distribució per sexe del treball autònom en les principals activitats econòmiques a Barcelona, 2016 (% horitzontals).....	26
Gràfic 8	Altes règim d'autònoms segons activitat econòmica i sexe a Barcelona, 2016 (%)	27
Gràfic 9	Baixes règim d'autònoms segons activitat econòmica i sexe a Barcelona, 2016 (%).....	28
Gràfic 10	Percepcions, valors i aptituds emprenedores per sexe a Barcelona, 2014-16	31
Gràfic 11	Taxa d'Activitat Emprenedora (TEA) femenina a Barcelona (% població adulta), 2005-16.....	33
Gràfic 12	Comparativa de Taxes d'Activitat Emprenedora (TEA) femenina per àmbits territorials, 2014-16	34
Gràfic 13	Motius per emprendre (TEA) a Barcelona, 2014-16.....	36

Resum Executiu

L'objectiu general de l'estudi —impulsat pel Departament d'Estudis de la Gerència de Política Econòmica i Desenvolupament Local de l'Ajuntament de Barcelona i elaborat per la Universitat de Vic— es contribuir a l'anàlisi de les dones emprenedores de Barcelona, de la seva activitat empresarial i de les necessitats específiques que tenen en el procés de creació i consolidació del negoci, per tal de proporcionar coneixement que permeti millorar les polítiques públiques de foment i de suport. L'estudi conté una part quantitativa elaborada a partir de diverses fonts primàries i secundàries a l'abast i una anàlisi qualitativa a partir de les entrevistes amb empresàries i expertes en la temàtica.

ANÀLISI QUANTITATIVA

- Segons l'Enquesta de Població Activa, a Catalunya l'any 2016 hi ha **168.700 empresàries o cooperativistes**, que representen **el 33 % de l'empresariat català**. El percentatge de dones empresàries augmenta en els trams d'edat més joves, i se situa en un 38 % de l'empresariat de 16 a 34 anys.
- L'empresariat femení afiliat al règim d'autònoms el 2016 a Barcelona representa el 39 % del total.** Es tracta d'un percentatge superior als de Catalunya (37,1 %) i el conjunt d'Espanya (35,7 %).
- Les dones emprenedores afiliades al règim d'autònoms s'hi donen d'alta cap als 36 anys i hi romanen durant 7,8 anys de mediana (per 34 i 10 anys —respectivament— en el cas dels homes). La mitjana d'edat de les autònomes barcelonines és de 45,8 anys, i **el percentatge d'estudis secundaris i universitaris es superior entre les dones que entre els homes (69,8 % per 67,5 %).**

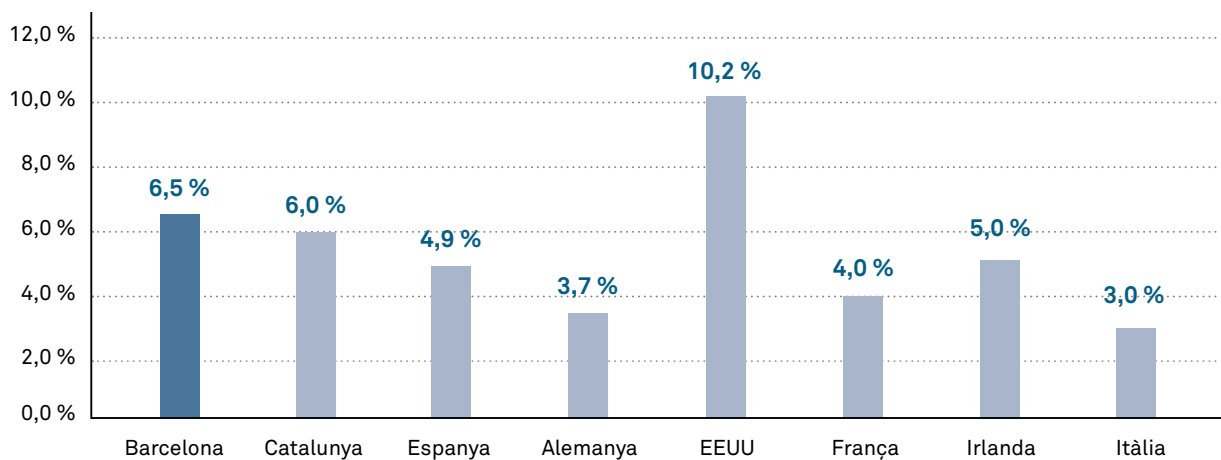
Empresariat autònom a Barcelona 2016	Dones	Homes
Edat inici	35,9	33,7
Mitjana edat	45,8	45,6
Anys d'alta	7,8	10,0
Estudis secundaris (2a etapa) i superiors	69,8 %	67,5 %

Font: Mostra Continua de Vides Laborals

- Les dones emprenedores creen els seus negocis en els serveis, i específicament en els **serveis al consumidor** en major mesura que els serveis a les empreses. Les activitats econòmiques en les que elles emprenen majoritàriament són el **comerç al detall (19,8 %) i l'hostaleria (10 %)**, seguits per la cultura, el turisme i l'oci. Quant als homes, coincideixen en el sector del comerç al detall com un dels més triats a l'hora d'emprendre, tot i que mostren una major diversificació en altres branques d'activitat (construcció, comerç a l'engròs..).

- En el treball autònom la presència de dones és superior a la dels homes en les branques d'investigació i desenvolupament (73 %), altres serveis personals (65 %) activitats sanitàries i serveis socials (60 %) i educació (54 %).
- En el període 2014-2016 les emprenedores en fase inicial (TEA¹) representen el 6,5 % de la població adulta femenina de Barcelona, una taxa 1,5 punts inferior a la dels homes (8,0 %). Aquest percentatge és superior al del període 2011-13, tot i que es manté per sota del nivell previ a la crisi.

Comparativa de taxes d'activitat emprenedora (TEA) femenina per àmbits territorials. 2014-16

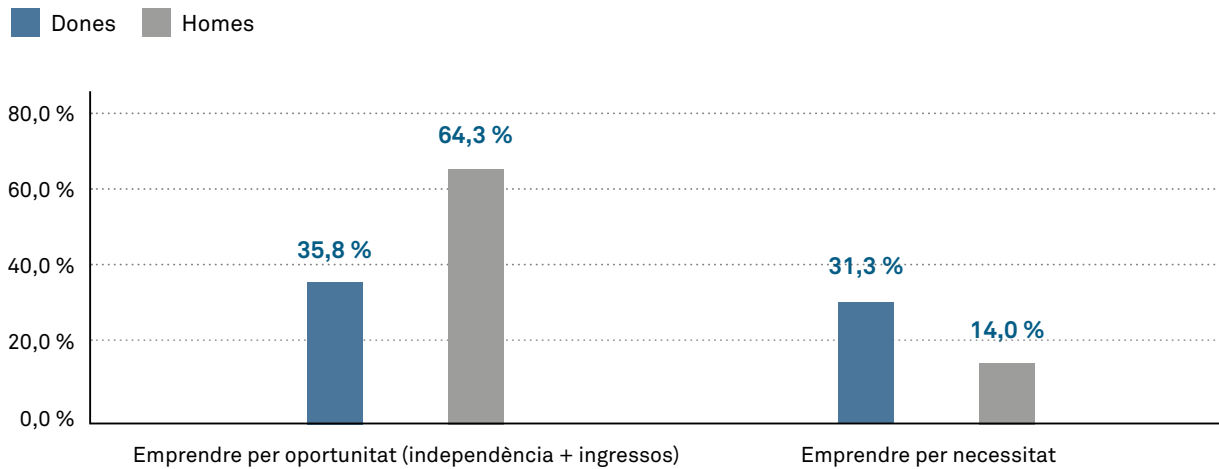


Font: Guallarte, C., et al. (2017).

- En la comparació amb altres àmbits territorials la TEA de Barcelona és superior a les de França, d'Alemanya i Itàlia —que se situen entre el 3 i el 4 %—, superior però propera a la de Catalunya, Espanya o Irlanda (entre el 5 i el 6 %), i inferior a la dels EEUU (10,2 %).
- Prop de la meitat de les empreses creades per dones a Barcelona **no té treballadors i es caracteritza per aportar innovació al model de negoci, utilitzar tecnologia de menys de cinc anys i tenir menys competència, amb majors proporcions en aquests àmbits que les dels homes.** L'activitat exportadora està més present en els projectes liderats per homes, i el percentatge d'empreses innovadores creades per dones a Barcelona (47 %) és superior al d'Alemanya (39 %) i similar al d'EUA.
- Mentre que el **64 % dels homes que emprenen manifesten que ho fan per oportunitat** —i principalment per augmentar ingressos—, **les dones de Barcelona mostren un equilibri entre l'emprenedoria per necessitat (31 %) i la d'oportunitat (36 %).** Aquesta diferència fa pensar que sovint les dones accedeixen a l'emprenedoria com una via cap a l'autoocupació, mentre que els emprenedors ho fan majoritàriament per donar un salt qualitatiu en el seu nivell de vida.

¹ La TEA (Total Early Stage Entrepreneurial Activity) és el percentatge de la població adulta que manifesta ser empresari/ària d'una empresa en fase inicial, naixent (fins a 3 mesos d'activitat) o nova (de 3 mesos a 3,5 anys).

Motius per emprendre al període 2014-16 (TEA) a Barcelona



Font: Guallarte, C., et al. (2017).

- Entre les persones promotores de projectes acompanyats (PA) per Barcelona Activa el 2016, el 55 % són dones. Els projectes liderats per dones presenten un menor percentatge de constitució de societats i un finançament inicial més reduït.

ANÀLISI QUALITATIVA

Noves tendències que estan modelant l'emprenedoria femenina:

- La importància de la **marca personal**: aprendre i vendre's i posicionar-se com una marca amb valors diferencials.
- **L'emprenedoria social i sostenible**: nous valors aportats a partir de la crisi econòmica, que requereixen implicació, vocació col·lectiva, compromís social i voluntat de canviar les coses.
- El **treball per projectes**: sobretot en els serveis a les empreses, que per la seva intermitència pot repercutir en el nivell d'ingressos i les condicions laborals.

Factors limitadors a l'hora d'emprendre com a dona:

- Baixa confiança en les pròpies capacitats.
- Permanent necessitat de rebre formació per guanyar seguretat.
- Contenció del risc personal i econòmic.
- Responsabilitat de les tasques de cura de l'entorn familiar.
- Manca de suport de l'entorn immediat (família, parella, amics).
- Projectes més locals que no pas globals.
- Escassa presència en *startups* (limita el potencial de creixement).
- Tendència a subcontractar poc els serveis auxiliars: sobrecàrrega de feina.

Dos perfils de dona emprenedora, amb recursos, motivacions i necessitats diferenciades:

- **L'emprenedora funcional** que emprèn per necessitat des d'una situació econòmica poc favorable (atur o precarietat laboral).
- **L'emprenedora vocacional** que emprèn per oportunitat i l'empeny el desig per créixer professionalment, que compta amb un **nivell formatiu més elevat i especialitzat** i una potent **xarxa de contactes**.

01. Introducció

El present treball aborda l'estudi de les dones emprenedores a la ciutat de Barcelona amb l'objectiu de millorar el coneixement del col·lectiu i aprofundir en el disseny de les polítiques locals de foment i suport a l'emprenedoria femenina.

L'estudi ha estat impulsat per la Gerència de Política Econòmica i Desenvolupament Local de l'Ajuntament de Barcelona i arrenca de la constatació de la manca generalitzada de visibilitat de les dones que posen en marxa negocis, fet que succeeix també en el cas de la ciutat de Barcelona. Sense aquesta visibilitat, sense poder quantificar i descriure detalladament el col·lectiu, es fa més difícil implementar polítiques específiques de promoció i suport. *No data, no problem, no policies*. A més a més, cal dir que la disseminació de les agrupacions empresarials de dones comporta menor capacitat d'influència en aquestes polítiques. Feta la diagnosi, l'Ajuntament de Barcelona (a través de Barcelona Activa) ha encarregat la realització del present treball a un equip d'investigadores de la Universitat de Vic-Universitat Central de Catalunya especialitzades en la matèria.

Per aconseguir aquesta fita, la recerca descriu en primera instància els objectius generals i específics que es persegueixen. A continuació s'incorpora el marc teòric abreujat que repassa l'aportació que han fet les diverses teories feministes a l'estudi de l'emprenedoria. Tot seguit s'inicia la part metodològica quantitativa de la recerca a partir de les diverses fonts primàries i secundàries a l'abast. La segona part de la metodologia emprada correspon a l'anàlisi qualitativa i aprofundeix en la investigació del col·lectiu, entrevistant empresàries i expertes en la temàtica. Tot plegat respon a la voluntat d'aportar llum al disseny de les accions que des de l'administració local es poden dur a terme per al suport i impuls de les empresàries. El treball aporta, finalment, les conclusions a què s'ha arribat després d'analitzar els resultats dels abordatges quantitatiu i qualitatiu, així com propostes de millora i innovació en les polítiques públiques.

02. Objectius de l'estudi

L'objectiu general del treball consisteix en contribuir a la descripció de les dones emprenedores de Barcelona i de la seva activitat empresarial, així com en la detecció de noves necessitats específiques que tenen en el procés de creació i consolidació del negoci, per tal de proporcionar propostes per a la millora de les polítiques públiques de foment i de suport.

Per a l'assoliment de l'objectiu general s'han fixat un seguit d'**objectius específics** que es detallen a continuació:

- Descriure la realitat del col·lectiu dels treballadors per compte propi per al conjunt de Catalunya, des de la perspectiva de gènere.
- Aportar una descripció de les emprenedores de Barcelona pel que fa al nombre, edat, anys d'alta al Règim Especial de Treballadors Autònoms (RETA), edat en donar-se d'alta, nivell d'estudis, activitats econòmiques que desenvolupen i causes de la baixa del RETA.
- Estudiar les percepcions, valors i aptituds emprenedores de les dones de Barcelona, els indicadors del procés empenedor, motius per emprendre, sector d'activitat i característiques de les empreses creades. S'analitza l'evolució del col·lectiu d'empenedores durant la darrera dècada i es du a terme la comparativa amb els homes, així com amb altres àmbits geogràfics.
- Analitzar el perfil de les persones usuàries de Barcelona Activa des de la perspectiva de gènere quant als motius, formació, característiques de les empreses engegades i causes de l'eventual tancament de les mateixes.
- Aprofundir en el coneixement de les limitacions i obstacles que troben les empresàries de Barcelona i contrastar la diagnosi amb el parer d'expertes en acompanyament de nous negocis, formació en empenedoria i xarxes socials empresarials.
- Copsar la concepció del què és empenedoria per a les dones així com la percepció que tenen del moment actual, tant pel que fa al potencial d'aquesta opció professional com a les possibles dificultats i mancances per executar-la.
- Explicar perquè les dones empenen en determinats sectors i no en d'altres.
- Establir una tipologia i caracterització de les emprenedores.
- Descriure les necessitats específiques de les dones en les diferents fases del procés d'engegada d'un negoci: gestació, posada en marxa i creixement/consolidació.
- Avaluar la influència que exerceixen les associacions d'empenàries tant en el col·lectiu a qui representen com en el disseny de les polítiques públiques de foment i suport a l'empenedoria.
- Valorar els serveis percebuts per les usuàries dels diversos organismes públics i privats que duen a terme tasques de foment i suport a l'empenedoria femenina.
- Suggestir i proposar noves línies d'acció per a polítiques públiques de foment i suport a l'empenedoria femenina.

Per a l'assoliment de l'objectiu general de la recerca així com dels objectius específics descrits anteriorment, s'ha emprat una doble metodologia quantitativa i qualitativa.

03. Marc teòric

Les desigualtats de gènere que existeixen a la societat es reproduïen en el camp de l'emprenedoria. D'aquesta manera, les dones que inicien la seva etapa emprenedora i les que ja tenen constituïda la seva empresa a la Unió Europea constitueixen un terç de l'empresariat novell i una quarta part de l'empresariat establert (Terjesen et al., 2016). Encara que el nombre de dones empresàries ha crescut significativament en les darreres dècades, en la majoria de societats l'emprenedoria segueix sent un terreny amb un clar predomini dels homes. La participació de les dones en el camp de la creació d'empreses es contempla com un factor clau per al futur creixement econòmic de les regions però, encara avui i en la major part de països, el nombre d'homes empresaris dobla al de les seves contraparts (Kelley et al., 2011). Aquestes diferències no només són quantitatives, sinó també qualitatives ja que elles emprenen de manera aclaparadora en el sector serveis —pitjors remunerats— com ara el comerç minorista, l'hoteleria i els serveis a les persones, i accedeixen significativament menys a la creació d'empreses de base tecnològica (Marlow & McAdan, 2013). Les empreses que creen les dones s'inicien amb menors imports de capital financer en comparació a les creades pels homes. A més, és menys probable que el capital amb el que creen el seu negoci provingui de fonts formals, de fonts externes o de *business angels* i capital risc, mostrant tanmateix menors índexs en les perspectives de creixement o major interès en l'orientació cap a objectius no econòmics (Terjesen et al., 2016).

D'altra banda l'empresariat femení té menor visibilitat social, probablement degut a la baixa correlació existent entre els dos nivells d'estereotípia, un de general o superordenat (el gènere femení) i un altre addicional i més específic (l'empresari). Amb tot, en la literatura en gestió empresarial impera un discurs optimista cap a l'emprenedoria femenina, doncs es mostra com una via de sortida a les majors demandes de les dones cap a la lliure determinació, cap a l'equilibri entre la vida laboral i familiar, així com a resposta al bloqueig de la mobilitat que pateixen dins de les organitzacions. Donada la bretxa de gènere existent, l'emprenedoria femenina és considerada una reserva important amb la que cal comptar de cara al desenvolupament econòmic dels territoris i al canvi de valors que sembla necessari cada vegada més incorporar al món dels negocis (Tan, 2008).

L'economia feminista és 'el resultat de pensar i fer economia des del feminisme. És una teoria que observa un sistema econòmic gens feminista. Intenta entendre com es reconstrueixen les desigualtats de gènere i proposa vies per enfrontar-les. Planteja que l'economia és el conjunt de processos que sostenen la vida, i això és més que el que passa en els mercats. Recupera els treballs invisibilitzats com els de reproducció domèstica i de cures, històricament assignats a les dones, i reivindica el seu paper com a base de tot el sistema. Alhora, és una pràctica que intenta gestionar els recursos i organitzar els treballs sota criteris feministes: posar la vida al centre; construir una responsabilitat col·lectiva en tenir cura de la regeneració quotidiana del benestar; erosionar la divisió sexual del treball, i assumir els límits biofísics del planeta' (Pérez-Orozco, 2018). Els diversos corrents existents en el pensament feminista parteixen de l'acceptació d'una premissa comuna segons la qual les dones estan supeditades al poder dels homes i a l'organització social del sistema, fonamentada en el patriarcat. La interpretació del perquè d'aquesta subordinació és el que diferencia les teories feministes existents.

Paral·lelament, quant a l'abordatge teòric de l'emprenedoria realitzat des del feminisme, caldria referir-se a tres corrents ben diferenciades (Ahl, 2006). El primer grup —que comprèn el feminisme liberal i l'empirisme feminista— parteix del principi que homes i dones són essencialment similars, de manera que no es qüestiona el model basat en la racionalitat instrumental i, implícitament, es recomana l'adaptació a l'ordre patriarcal existent. Això comporta el fet que les empreses creades per dones s'acostumin a descriure com a inferiors o secundàries a les dels seus contraparts, ja que es mesuren sobre la base del rendiment econòmic i l'acompliment (Wilson & Tagg, 2010) en lloc de contemplar el context social, així com perspectives i metodologies alternatives (Peris-Ortiz et al., 2010).

Un segon grup de teories, constituïdes pel feminisme social o radical, contempla als homes i les dones com a diferents i proposa un canvi en les relacions de gènere, destacant els trets femenins com a portadors de beneficis i fortaleeses, més que perjudicis i debilitats. D'aquesta forma, en centrar els seus treballs sobre la base de dones i homes, estan considerant implícitament que aquests són conceptes essencials i diferents, ignorant així la gradació existent en el gènere. Aquestes teories tampoc posen en dubte el model masculí, sinó que ofereixen un model alternatiu i integrador en el qual s'advoca per incloure en les anàlisis aspectes de la vida personal, familiar i social de la dona empresària, proposant un model alternatiu de gestió que tampoc posa en dubte el model universal (Ahl, 2006).

Finalment l'enfocament postmodern o deconstructiu i la teoria feminista postestructuralista conformen el tercer grup, i parteixen de la consideració que la distinció entre homes i dones deixa de tenir sentit quan el que s'estudia és la construcció social de la feminitat i la masculinitat, així com les normes que regeixen el gènere i que es donen per fet. Aquestes normes es basen en supòsits que són inqüestionables i que es construeixen mitjançant les pràctiques discursives. Quant a l'emprenedoria, es considera que les distincions entre dones i homes de negocis —les semblances i les diferències— no han de ser l'objectiu de l'anàlisi, sinó l'estudi de la construcció social de l'estereotip de gènere de l'empresariat, així com les normes que ho regeixen. En aquest corrent s'analitza el llenguatge i el discurs que construeixen la norma (Bruni et al., 2004), posant l'accent en el fet que és la concepció —subjectiva— del món dels investigadors la que 'determina què és coneixement i què no ho és, i això afecta als models de dona emprenedora proposats per la literatura' (Peris-Ortiz et al., 2010: 157). Així és com l'activitat empresarial es construeix a partir de la interacció entre els individus, sent tasca dels investigadors la de millorar la comprensió d'aquestes interaccions. Per això, la proposta construccionista porta a posar en dubte el què i el com del fenomen analitzat, de manera que pel que fa al què de l'esperit emprenedor, cal preguntar-se quina ha estat la visió clàssica de l'empresari, la que ha prevalgut per davant d'unes altres i serveix d'estereotip per a la societat. A més, ha de qüestionar-se la vigència d'aquesta imatge convencional i la influència que ha tingut i té en els contextos històrics i culturals. Addicionalment, és necessari analitzar la correlació de forces i interessos que operen rere l'arquetip, així com qüestionar la validesa de determinats tipus d'empresari que són presentats com a ideals o models, enfront d'uns altres que són contemplats com a secundaris o, directament, ignorats. En aquest sentit cal tenir en compte que els estereotips de gènere que defineixen la persona emprenedora són masculins i andrògins, i en tot cas, no hi ha cap estereotip de gènere femení que defineixi aquesta ocupació. Aquesta pot ser una explicació de la bretxa existent entre el nombre d'empresaris i empresàries. En aquest sentit val la pena recordar que ja al 1911, Schumpeter va destacar que la innovació (i la creativitat) és un dels trets que millor defineixen la persona emprenedora. Recents estudis conclouen que aquests trets corresponen a l'estereotip de gènere androgin (Pérez-Quintana, A. et al., 2017), la qual cosa significa que són característiques socialment desitjables tant en homes com en dones, de manera que la bretxa de gènere en l'empresariat pot reduir-se aprofundint en les habilitats creatives i d'innovació de les dones.

Estudi quantitatiu

04. Metodologia

La metodologia emprada en aquesta primera part de l'estudi consisteix en una anàlisi quantitativa de la informació obtinguda de les diverses fonts d'informació seleccionades, emprant l'estadística descriptiva. En aquest punt val la pena comentar quina ha estat la dificultat que hi ha hagut per aconseguir dades completes i actuals del col·lectiu objecte d'estudi.

Per començar, cal demanar-se què vol dir ser empresari o empresària. Segons la Llei 50/1998 de 30 de desembre de Mesures Fiscals, Administratives i d'Ordre Social (BOE de 31/12/1998), la condició d'empresari o empresària s'assoleix quan la persona que posa en marxa un negoci —en el qual exerceix tasques de direcció i gerència— es dona d'alta en:

- El Règim Especial de Treballadors Autònoms (RETA). Aquest tràmit es du a terme quan:
 - S'emprèn en solitari (empresari/a individual).
 - Es constitueix una societat mercantil i es posseeix més del 25 % de les accions (autònoms societaris).
 - Es constitueix una societat mercantil i es posseeix més del 50 % de les accions, estant aquestes accions distribuïdes entre altres socis familiars amb qui es conviu (fins a un 2n grau de parentiu). També constitueixen autònoms societaris.
- El Règim General de la Seguretat Social, en el cas que es posseeixi menys del 25 % de les accions i es prestin serveis de forma personal, directa, habitual i a títol lucratiu (Règim General Assimilat). En aquest cas l'empresariat no cotitza ni en concepte de Fogasa, ni de prestació per desocupació.

Les escriptures de constitució d'una societat mercantil són el document que recull el repartiment d'accions entre socis, i es dipositen al Registre Mercantil.

La realitat és que les diverses fonts estadístiques oficials a l'abast no contribueixen a donar llum sobre la totalitat del col·lectiu de les dones empresàries, pel fet que algunes d'aquestes fonts no incorporen la variable dicotòmica del sexe, mentre que d'altres no contenen informació per a les capitals de província o bé no contemplen una mida mostral prou significativa. Així doncs, no hi ha una única font d'informació completa i d'accés obert per dur a terme la descripció d'aquest col·lectiu. La Taula 1 mostra la validesa de les diverses fonts d'informació a l'abast referides a l'empresariat, tot indicant la viabilitat en l'accés o l'adequació de les dades per a l'objectiu d'aquest treball:

Taula 1. Validesa de les fonts d'informació referides a l'empresariat femení

Font d'informació	Àmbit geogràfic	Validesa	Motiu
Barcelona Activa (informació de les usuàries)	Municipal		Estudi de cas
Servei d'Estudis de l'Observatori Dona, Economia i Empresa (Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona)	Municipal		La informació no és d'accés públic
Taxa d'escombraries o llicència d'activitats (Ajuntament de Barcelona)	Municipal		La informació del titular del negoci no incorpora la variable sexe.
Enquesta de comerç i enquesta de restauració (Ajuntament de Barcelona)	Municipal		La informació del titular del negoci no incorpora la variable sexe.
Associacions de dones empresàries	Municipal		No disposen de dades prou representatives del col·lectiu
Enquesta Població Activa (Institut Nacional de Estadística i IDESCAT)	Autonòmic		Informació només significativa per a Catalunya
Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Catalunya	Autonòmic		Explotació a mida per a Barcelona
Administració Oberta de Catalunya	Autonòmic		Acaba consultant el Registre Mercantil, és a dir, font d'informació de pagament
Bases de dades de PIMEC, CECOT, Foment del Treball	Autonòmic		La informació no és d'accés públic
Mostra Contínua de Vides Laborals (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social)	Estatat		Informació significativa per a Barcelona
Base de Dades SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos)	Estatat		Informa dels administradors d'empreses amb seu a la ciutat de Barcelona i per sexe, sense distingir els qui són propietaris dels qui no ho són
Registre Mercantil	Estatat		Informació de pagament que no incorpora la variable sexe del titular del negoci
Ministeri d'Hisenda. Imprès 036 (alta censal de negocis)	Estatat		La informació del titular del negoci no incorpora la variable sexe
DIRCE (Directorio Central de Empresas (Instituto Nacional de Estadística))	Estatat		Dades agregades que no incorporen la variable sexe
Eurostat	Europeu		No disponible per la ciutat de Barcelona.

 Font d'informació incorporada  Font d'informació desestimada

Font: Elaboració pròpia.

La part quantitativa de l'estudi és el resultat de l'anàlisi de les dades obtingudes de les diverses fonts d'informació incorporades —tal i com mostra la Taula 1—, la qual cosa aporta una visió de les dones empresàries de Barcelona des de diverses perspectives. D'aquesta manera, el treball obté una fotografia del col·lectiu objecte d'estudi, composta per diversos enfocaments—parcials però complementaris— d'una mateixa realitat.

A continuació es detallen les fortaleeses i debilitats de cadascuna de les fonts d'informació incorporades:

a. Enquesta de Població Activa (EPA)

El fitxer de l'Enquesta de Població Activa (EPA) que distribueix trimestralment el Instituto Nacional de Estadística (INE) està anonimitzat i la informació no està disponible per municipis ja que no és objecte de l'enquesta, la qual cosa significa que només es poden conèixer dades de la ciutat de Barcelona si es disposa del codi d'estrat de cada individu.

Dit això, Barcelona és un cas especial perquè constitueix un dels estrats de la mostra. Així doncs, i després d'haver sol·licitat a l'IDESCAT (Institut d'Estadística de Catalunya) una explotació a mida referida a les dones que treballen per compte propi a la capital, s'arriba a la conclusió que aquesta font d'informació no és adequada per a l'objecte d'aquest estudi, ja que la mida de la mostra de Barcelona amb la qual es treballa (Taula 2) no és prou significativa:

Taula 2. Mida de la mostra de les microdades de l'EPA per a diversos àmbits territorials

Àmbits geogràfics	Mida de la mostra
Catalunya	13.491 persones
Província de Barcelona	7.621 persones
Barcelona ciutat	2.301 persones

Font: Idescat, a partir de les dades de l'Enquesta de població activa de l'INE.

Donades aquestes dimensions de les mostres respectives, succeeix que ni per a la província de Barcelona, ni per a Barcelona ciutat hi ha una mida prou representativa per fer-ne una anàlisi i treure'n conclusions vàlides.

Amb tot, el treball inclou els resultats de les dades obtingudes per a tota Catalunya, les quals no pateixen del problema de manca de significació. L'EPA ha estat analitzada d'acord a la variable de la situació professional dels ciutadans l'any 2016, centrant la cerca en les empresàries amb treballadors, sense treballadors i les qui són membres de cooperatives. S'han obtingut altres variables com ara l'edat, el lloc de naixement, el tipus de jornada i el nivell d'estudis. El mateix tractament s'ha dut a terme per als homes empresaris, per tal de copsar l'abast de cada grup.

b. Mostra Contínua de Vides Laborals (MCVL)

La Mostra Contínua de Vides Laborals (MCVL) és una base de dades que subministra la *Dirección General de Ordenación del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social*. Les dades que incorpora la MCVL corresponen a una mostra realitzada a l'atzar del 4 % dels afiliats i dels pensionistes de l'Estat Espanyol, que incorpora un total de 1.208.132 persones. La mostra inclou aquests individus classificats segons el règim de cotització de la Seguretat Social (General, Autònoms, Mar i Carbó). Entre els que s'inclouen en el règim d'autònoms cal dir que hi són compresos tant l'empresariat individual com els socis o sòcies d'una societat mercantil que cotitzen en aquest règim.

Les xifres tractades i analitzades corresponen a l'any 2016 i estan referides a les dones empresàries a la ciutat de Barcelona que cotitzen al Règim Especial dels Treballadors Autònoms (RETA)². Aquestes dades s'han obtingut tanmateix per als homes empresaris (per tal de copsar l'abast de cada grup) i per a diversos àmbits geogràfics (Barcelona ciutat, província de Barcelona, Catalunya i Espanya), a fi i efecte de realitzar les oportunes comparacions.

Les dades han estat segmentades en dos grups diferenciats:

- **Autònoms actius 2016:** col·lectiu dels actius en el RETA al 2016.
- **Autònoms global:** col·lectiu de tots els individus que en el període 1962-2016 estan o han estat donats d'alta en algun moment de la seva vida laboral al règim d'autònoms (vegeu annex 1).

Per aquest col·lectiu s'ha dut a terme l'explotació de les següents variables:

- Autònoms per àmbit territorial
- Sexe
- Edat que tenien quan es van donar d'alta d'autònoms
- Edat dels autònoms
- Anys que han estat donats d'alta al RETA
- Nivell d'estudis
- Activitat econòmica que desenvolupen segons el compte de cotització (CNAE 2009)
- Causes de baixa del règim d'autònoms

c. Activitat emprenedora femenina a Barcelona (GEM)

Aquest apartat s'ha elaborat a partir de l'explotació i anàlisi específica de la base de dades del GEM (Global Entrepreneurship Monitor) des de la perspectiva de gènere sol·licitada pel Departament d'Estudis de la Gerència de Política Econòmica i Desenvolupament Local de l'Ajuntament de Barcelona, i elaborada per la Universitat Autònoma de Barcelona, que ofereix dades per Barcelona i d'altres àmbits territorials (2014-2016). L'informe no publicat *Activitat emprenedora femenina a Barcelona* (Guallarte, C. et al, 2017) fa referència a l'enquesta que es fa a les empreses naixents i les consolidades que conformen la mostra de la metodologia GEM. Cal tenir en compte que l'informe GEM és el principal referent sobre emprenedoria en l'àmbit internacional, i l'únic que permet fer comparatives internacionals en emprar una metodologia homogènia.

d. Estudi de cas de les persones usuàries de Barcelona Activa des de la perspectiva de gènere

La darrera font d'informació incorporada al treball correspon al perfil de les dones usuàries de Barcelona Activa que emprenen, tractades com un estudi de cas i corresponents a l'any 2016. Aquesta part de l'estudi s'ha realitzat a partir de l'explotació que l'organisme fa en clau interna sobre el perfil de les empresàries naixents que reben els seus serveis, fins als tres primers anys de vida del negoci.

² La codificació emprada per la MCVL no permet identificar les empresàries que cotitzen en el Règim General Assimilat.

05. Resultats obtinguts en l'estudi quantitatiu

05.1 ENQUESTA DE POBLACIÓ ACTIVA (EPA)

Malgrat que el present treball fa referència al retrat de les dones emprenedores a Barcelona, s'ha considerat oportú aportar les dades referides a Catalunya perquè donen una visió de conjunt que complementa l'estudi.

A Catalunya al 2016 hi havia 168.700 empresàries, que suposaven el 33 % del total de l'empresariat català. Aquestes dades es refereixen als treballadors per compte propi (empresaris amb treballadors, sense treballadors i membres de cooperatives), en milers de persones.

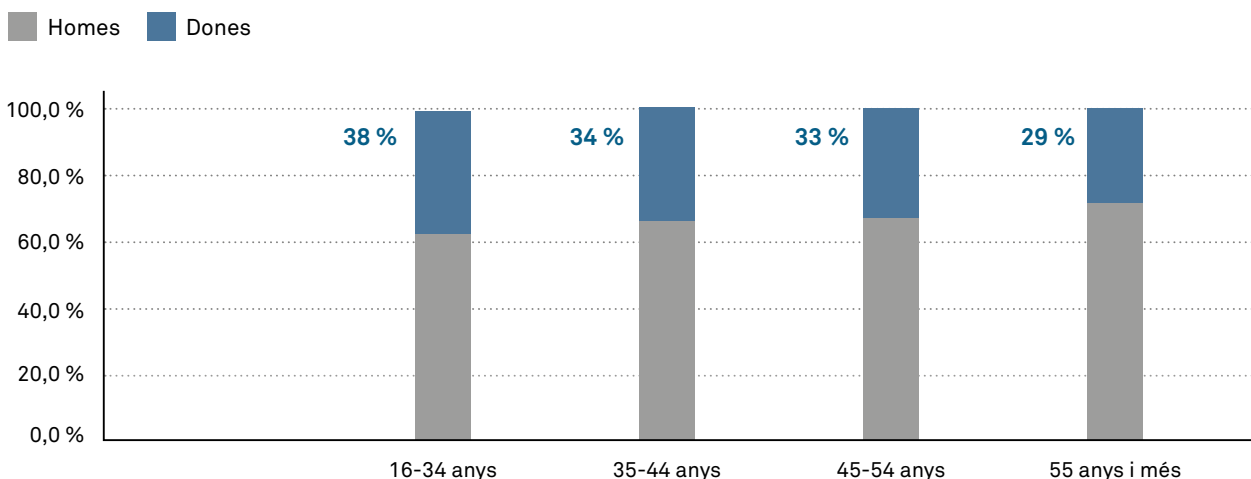
La Taula 3 calcula les proporcions de dones i homes per a cada franja d'edat i per al total. En aquesta taula s'observa que el tram d'edat on la presència de dones és més elevada es situa entre els 16 i 34 anys, mentre que en el cas dels homes es troba entre els 55 anys i més. Amb altres paraules, com més jove és el tram d'edat, major és la presència de dones empresàries.

Taula 3. Població empresària o cooperativista per grups d'edat i sexe a Catalunya, 2016 (percentatges horitzontals)

	Homes		Dones		Total	
	Milers	%	Milers	%	Milers	%
16-34 anys	43,8	62 %	26,8	38 %	70,6	100 %
35-44 anys	99,1	66 %	50,4	34 %	149,5	100 %
45-54 anys	105,0	67 %	50,9	33 %	155,9	100 %
55 anys i més	97,9	71 %	40,6	29 %	138,5	100 %
Total	345,8	67 %	168,7	33 %	514,5	100 %

Font: Idescat, a partir de les dades de l'Enquesta de població activa de l'INE (milers de persones).

Gràfic 1. Població empresària o cooperativista a Catalunya per grups d'edat i sexe, 2016 (percentatges horitzontals)



Font: Idescat, a partir de les dades de l'Enquesta de Població Activa de l'INE.

Segons la Taula 4, de la comparació de la distribució per edats de l'empresariat segons el seu sexe s'observa que no hi ha diferències destacables:

Taula 4. Població empresària o cooperativista per grups d'edat i sexe a Catalunya, 2016 (percentatges verticals)

	Homes		Dones		Total
	Milers	%	Milers	%	Milers
16-34 anys	43,8	13 %	26,8	16 %	70,6
35-44 anys	99,1	29 %	50,4	30 %	149,5
45-54 anys	105,0	30 %	50,9	30 %	155,9
55 anys i més	97,9	28 %	40,6	24 %	138,5
Total	345,8	100 %	168,7	100 %	514,5

Font: Idescat, a partir de les dades de l'Enquesta de població activa de l'INE (milers de persones).

La Taula 5 informa que la major proporció de l'empresariat és nascut a Catalunya (74 %), tant en el cas de les dones com dels homes. Les proporcions que mostren pel que fa a l'origen provinent de la resta d'Espanya o bé estrangers també és similar per als dos sexes.

Taula 5. Població empresària o cooperativista a Catalunya per lloc de naixement i sexe, 2016

	Homes		Dones		Total
	Milers	%	Milers	%	Milers
Catalunya	256,5	74 %	125,0	74 %	381,5
Resta d'Espanya	43,2	13 %	19,8	12 %	63,0
Estranger	46,1	13 %	23,9	14 %	70,0
Total	345,8	100 %	168,7	100 %	514,5

Font: Idescat, a partir de les dades de l'Enquesta de població activa de l'INE (milers de persones).

La Taula 6 explica que la proporció de dones empresàries a Catalunya que es dediquen al seu negoci amb una jornada parcial és superior (10 %) a la dels homes (4 %):

Taula 6. Població empresària o cooperativista a Catalunya per tipus de jornada i sexe, 2016 (percentatges verticals)

	Homes		Dones		Total
	Milers	%	Milers	%	Milers
Jornada Completa	330,5	96 %	151,8	90 %	482,3
Jornada Parcial	15,3	4 %	16,9	10 %	32,2
Total	345,8	100 %	168,7	100 %	514,5

Font: Idescat, a partir de les dades de l'Enquesta de població activa de l'INE (milers de persones).

D'altra banda, la Taula 7 mostra que entre l'empresariat que dedica una jornada parcial al seu negoci, les dones (52 %) representen un percentatge lleugerament superior al dels homes (48 %).

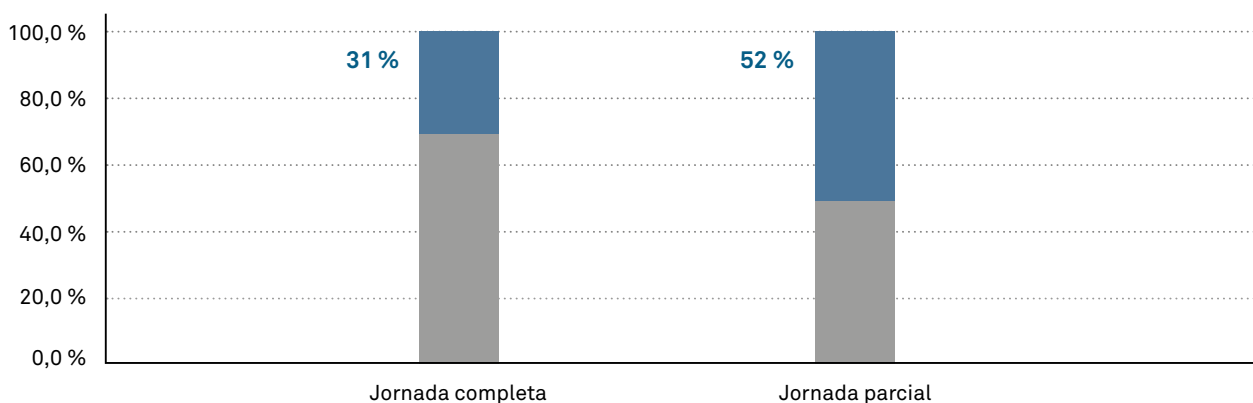
Taula 7. Població empresària o cooperativista a Catalunya per tipus de jornada i sexe, 2016 (percentatges horitzontals)

	Homes		Dones		Total	
	Milers	%	Milers	%	Milers	%
Jornada Completa	330,5	69 %	151,8	31 %	482,3	100 %
Jornada Parcial	15,3	48 %	16,9	52 %	32,2	100 %
Total	345,8	67 %	168,7	33 %	514,5	100 %

Font: Idescat, a partir de les dades de l'Enquesta de població activa de l'INE (milers de persones).

Gràfic 2. Població empresària o cooperativista a Catalunya per tipus de jornada i sexe, 2016 (percentatges horitzontals)

■ Homes ■ Dones



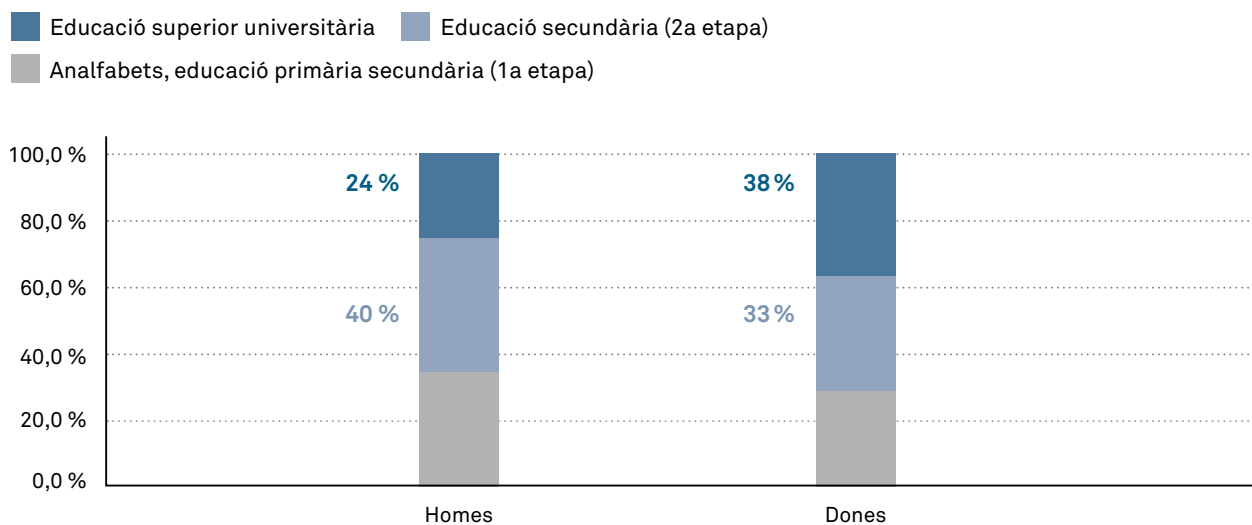
Font: Idescat, a partir de les dades de l'Enquesta de població activa de l'INE.

Finalment, pel que fa al nivell d'estudis segons el sexe de l'empresariat, la Taula 8 permet afirmar que les dones empresàries posseeixen majoritàriament estudis secundaris i superiors, mentre que els homes, estudis primaris i secundaris.

Taula 8. Població empresària o cooperativista a Catalunya per nivell d'estudis i sexe, 2016 (percentatges verticals)

	Homes		Dones		Total
	Milers	%	Milers	%	Milers
Analfabets, educació primària secundària (1a etapa)	123,6	36 %	48,9	29 %	172,5
Educació secundària (2a etapa)	136,9	40 %	55,7	33 %	192,6
Educació Superior universitària	85,3	24 %	64,1	38 %	149,4
Total	345,8	100 %	168,7	100 %	514,5

Font: Idescat, a partir de les dades de l'Enquesta de població activa de l'INE (milers de persones).

Gràfic 3. Població empresària o cooperativista a Catalunya per nivell d'estudis i sexe, 2016 (percentatges verticals)

Font: Idescat, a partir de les dades de l'Enquesta de població activa de l'INE.

D'altra banda, la Taula 9 corrobora aquesta situació, doncs és en el nivell formatiu corresponent als estudis superiors on la bretxa de gènere és inferior.

Taula 9. Població empresària o cooperativista a Catalunya per nivell d'estudis i sexe, 2016 (percentatges horitzontals)

	Homes		Dones		Total	
	Milers	%	Milers	%	Milers	%
Analfabets, educació primària secundària (1a etapa)	123,6	72 %	48,9	28 %	172,5	100 %
Educació secundària (2a etapa)	136,9	71 %	55,7	29 %	192,6	100 %
Educació Superior universitària	85,3	57 %	64,1	43 %	149,4	100 %
Total	345,8	67 %	168,7	33 %	514,5	100 %

Font: Idescat, a partir de les dades de l'Enquesta de població activa de l'INE (milers de persones).

05.2 MOSTRA CONTÍNUA DE VIDES LABORALS (MCVL)

Segons la MCVL, durant l'any 2016 les dones representen el 39 % de les persones autònomes a la ciutat de Barcelona. Aquests percentatges són lleugerament superiors als de la resta d'àmbits territorials. En conseqüència, en el cas dels homes succeeix el contrari. La Taula 10 mostra els trets característics dels autònoms corresponents al 2016, classificats per sexe³:

Taula 10. Autònoms actius, 2016

	BARCELONA (CIUTAT) 3,5 %		BARCELONA (PROVINCIA) 9,9 %		CATALUNYA 13,6 %		ESPANYA 100,0 %	
	Homes	Dones	Homes	Dones	Homes	Dones	Homes	Dones
Autònoms per sexe (%)	61 %	39 %	63 %	37 %	62,9 %	37,1 %	64,3 %	35,7 %
Mitjana d'edat dels autònoms quan es donen d'alta	33,7	35,9	32,2	34,9	31,8	34,6	32,1	34,8
Mitjana d'edat dels autònoms	45,6	45,8	45,2	45,6	45,2	45,6	45,5	45,3
Mediana d'anys que els autònoms estan donats d'alta	10,0	7,8	10,9	8,3	11,1	8,8	10,7	8,4
Estudis secundaris i superiors (%)	67,5 %	69,8 %	52,8 %	58,7 %	49,4 %	56,0 %	42,4 %	51,3 %
Grups CNAE (>10 %)	Comerç al detall (12,6 %) Construcció (9,7 %) Comerç a l'engròs (9,7 %)	Comerç al detall (19,8 %) Hostaleria (10 %)	Construcció (15,3 %) Comerç al detall (11,8 %) Comerç a l'engròs (10,9 %) Indústria (10,1 %)	Comerç al detall (22,2 %) Hostaleria (11,1 %)	Construcció (16,6 %) Comerç al detall (12 %) Indústria (10,6 %) Comerç a l'engròs (10,4 %)	Comerç al detall (22,6 %) Hostaleria (12,9 %)	Construcció (16,4 %) Comerç al detall (13 %) Comerç a l'engròs (9,9 %)	Comerç al detall (24,2 %) Hostaleria (12,5 %)
Altes d'autònoms (%)	18,4 %	20,1 %	17,6 %	19,1 %	18,2 %	19,3 %	15,5 %	18,3 %
Baixes d'autònoms (%)	12,7 %	14,4 %	12,8 %	13,8 %	13,3 %	14,7 %	12,6 %	14,9 %

Font: Mostra Continua de Vides Laborals, 2016 (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social).

³ Autònoms: individus que estan donats d'alta com a autònoms al 2016.

Àmbit territorial: la taula indica el percentatge d'autònoms respecte el total d'autònoms de la mostra d'Espanya.

Sexe: distribució dels autònoms per sexe.

Edat d'alta al RETA: mitjana d'edat en la que els individus s'han donat d'alta d'autònoms.

Edat dels autònoms: mitjana d'edat que tenen els autònoms actius al 2016.

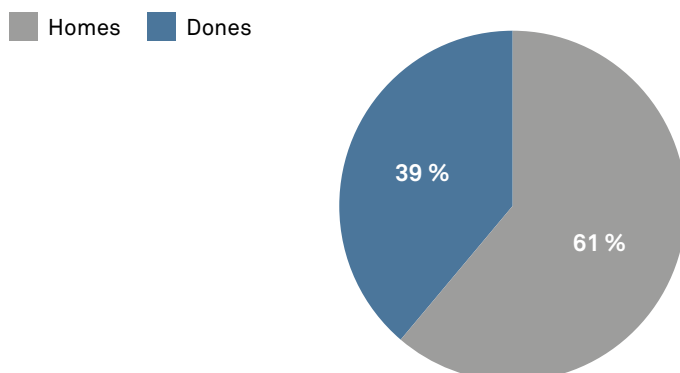
Anys d'alta al RETA: Temps acumulat (en anys) que han estat donats d'alta com autònoms, calculat amb la mediana donat que la mitjana resulta ser poc representativa.

Estudis secundaris i superiors: agrupació adhoc, en percentatge.

Grups CNAE 2009 (>10 %): es destaquen les activitats econòmiques a les quals es dediquen més d'un 10 % dels autònoms.

Altes d'autònoms: percentatge d'autònoms que s'han donat d'alta al 2016.

Baixes d'autònoms: percentatge d'autònoms que s'han donat de baixa al 2016.

Gràfic 4. Distribució per sexes de l'empresariat autònom a Barcelona, 2016 (%)

Font: Mostra Continua de Vides Laborals, 2016 (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social).

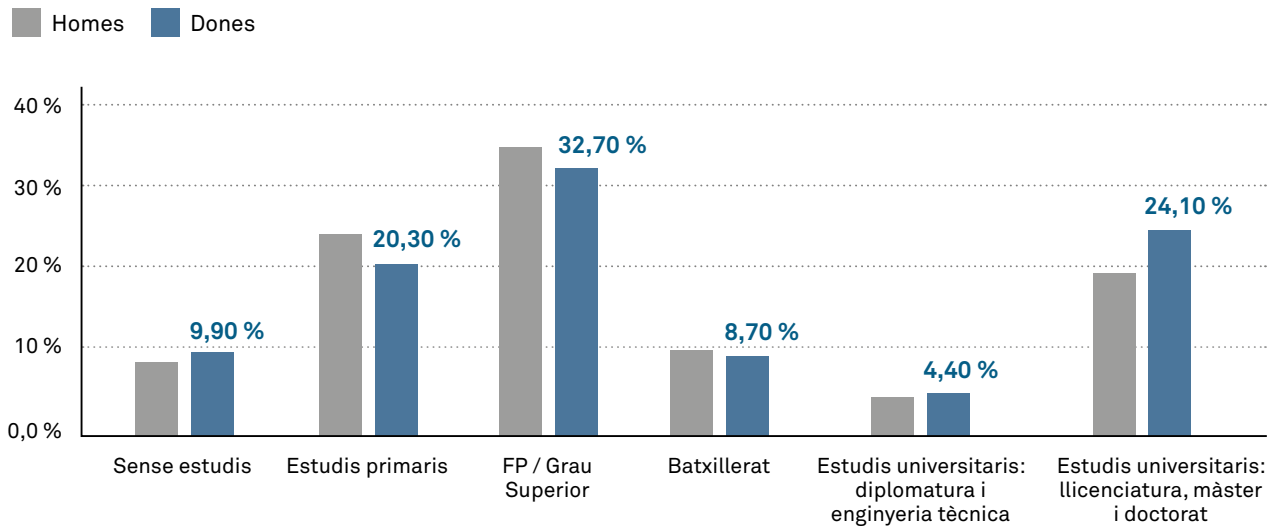
Del col·lectiu d'autònoms en actiu, cal dir que un 18,4 % dels homes s'han donat d'alta durant l'any 2016, mentre que en el cas de les dones han estat un 20 %.

De mitjana, durant l'any 2016 les dones barcelonines s'han donat d'alta d'autònoms cap als 36 anys, mentre que els homes ho fan quan són una mica més joves, als 33,7 anys. Pel que fa a la resta d'àmbits territorials, s'observa que els autònoms (tant dones com homes) es donen d'alta al règim d'autònoms en edats més joves a les que ho fan els de Barcelona ciutat. Així doncs, les i els autònoms barcelonins emprenen en edats una mica més avançades, però en tots els casos al voltant de la trentena.

De mitjana tant les dones com el homes afiliats al règim d'autònoms a Barcelona tenen entre 45 i 46 anys, edat similar a la resta de territoris.

De mediana, les dones de la capital han estat donades d'alta al règim d'autònoms durant 7,8 anys mentre que els homes ho han estat durant 10. Aquestes dades són similars a les que es donen a nivell del conjunt de la província de Barcelona, Catalunya i Espanya.

Pel que fa al nivell d'estudis assolits es constata que a Barcelona tant les autònomes com els autònoms presenten uns percentatges força més elevats d'estudis secundaris i superiors (69,8 % i 67,5 % respectivament) que els que s'observen a nivell provincial, autonòmic i estatal. El detall per als diversos nivells d'estudis a Barcelona es mostra en el següent Gràfic 5.

Gràfic 5. Distribució per nivell d'estudis i sexes de l'empresariat autònom a Barcelona, 2016 (%)

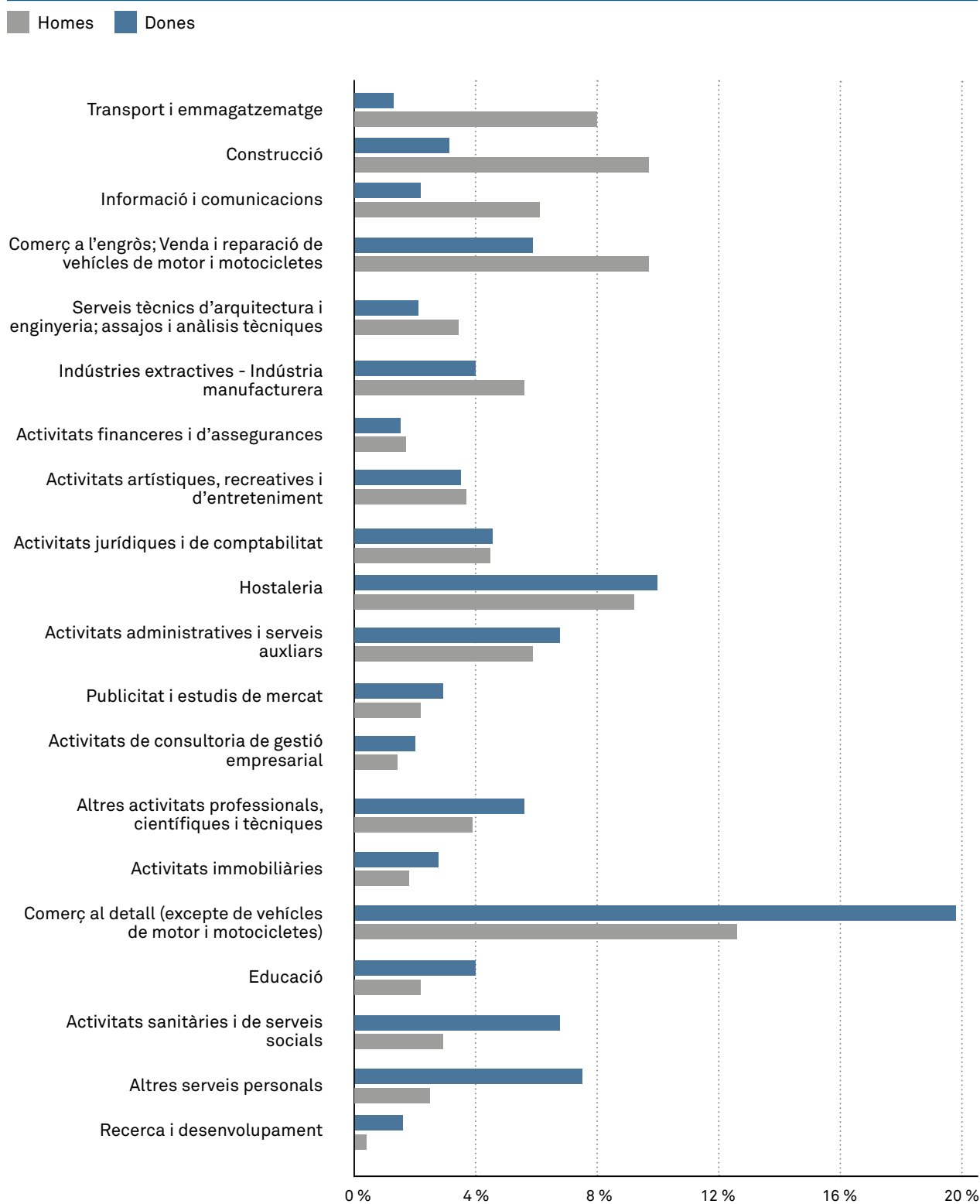
Font: Mostra Contínua de Vides Laborals, 2016 (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social).

Els majors percentatges d'autònoms (32,7 % dones i 34,8 % homes) han cursat estudis de Formació Professional de grau superior. Pel que fa al grup dels qui han realitzat estudis superiors, les dones autònomes (28,5 %) suposen un percentatge superior al dels homes (23,3 %). Finalment, s'observa que entre el col·lectiu dels qui únicament posseeixen estudis primaris, el percentatge dels homes autònoms (23,7 %) és superior al de les dones (20,3 %).

A la Taula 10 s'observa que mentre que les dones presenten una major concentració en poques activitats, els homes mostren una presència repartida entre un major nombre d'activitats econòmiques. D'aquesta manera succeeix que les dones predominen en el sector del comerç al detall (19,8 %), seguit del sector de l'hostaleria amb un 10 %. Altres sectors amb presència significativa de dones són el dels serveis personals (7,5 %), les activitats sanitàries i de serveis socials (6,8 %) i les activitats administratives i serveis auxiliars (6,8 %).

En el cas dels homes, l'activitat on tenen major presència és també la del comerç al detall (12,6 %), seguit del sector de la construcció i del comerç al major (ambdós amb un percentatge del 9,7 %). Altres sectors amb presència significativa d'homes són el de l'hostaleria (9,2 %) i el del transport i emmagatzematge (8 %). El Gràfic 6 mostra la distribució específica de l'empresariat femení i masculí per a cadascuna de les activitats econòmiques que s'acaben de comentar:

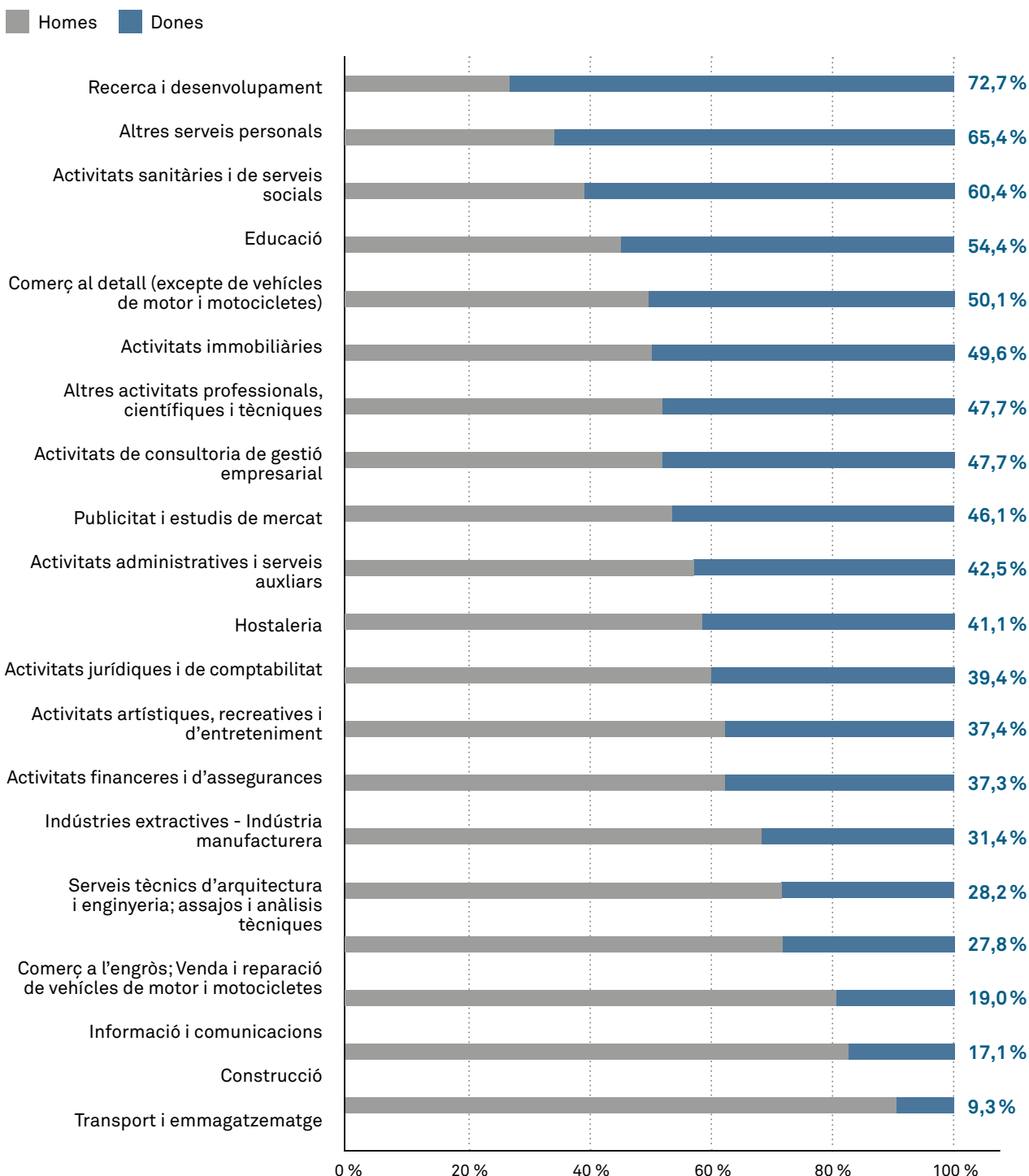
Gràfic 6. Distribució per sexe del treball autònom en les principals activitats econòmiques. Barcelona, 2016
(% verticals)



Font: Mostra Continua de Vides Laborals, 2016 (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social).

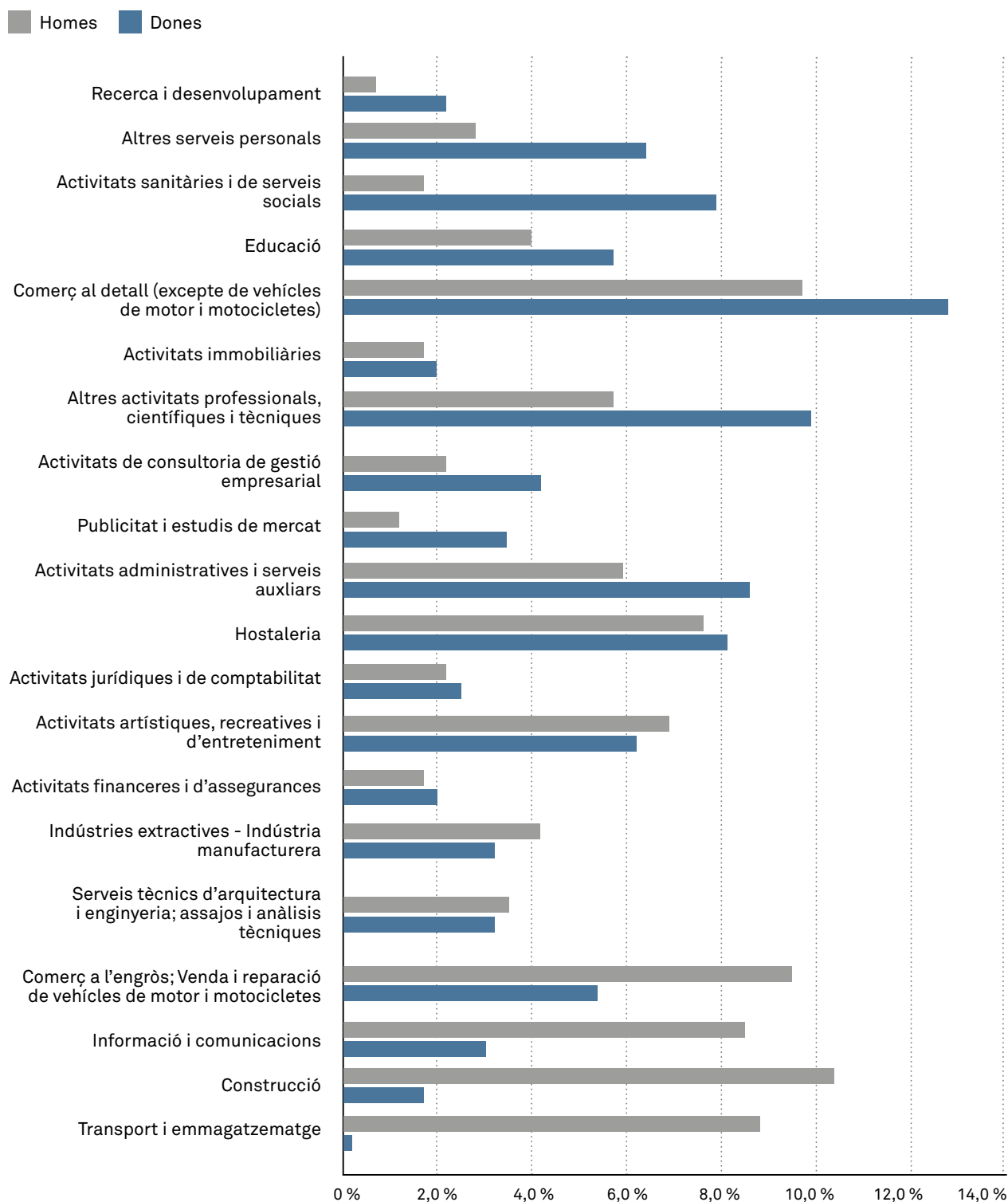
El Gràfic 7 mostra quina és la distribució de l'empresariat femení i masculí en cadascuna de les activitats econòmiques. Allà on la presència de dones és superior a la dels homes és a les activitats de recerca i desenvolupament amb un 73 % de dones (malgrat que es tracta d'una activitat minoritària), educació (54 %), activitats sanitàries i serveis socials (60 %) i altres serveis personals (65 %). En les activitats econòmiques del comerç al detall, les activitats immobiliàries i les de consultoria de gestió empresarial, la distribució entre dones i homes empresaris és equitativa. Per a la resta d'activitats econòmiques, hi ha més homes autònoms que no pas dones.

Gràfic 7. Distribució per sexe del treball autònom en les principals activitats econòmiques. Barcelona, 2016
(% horitzontals)

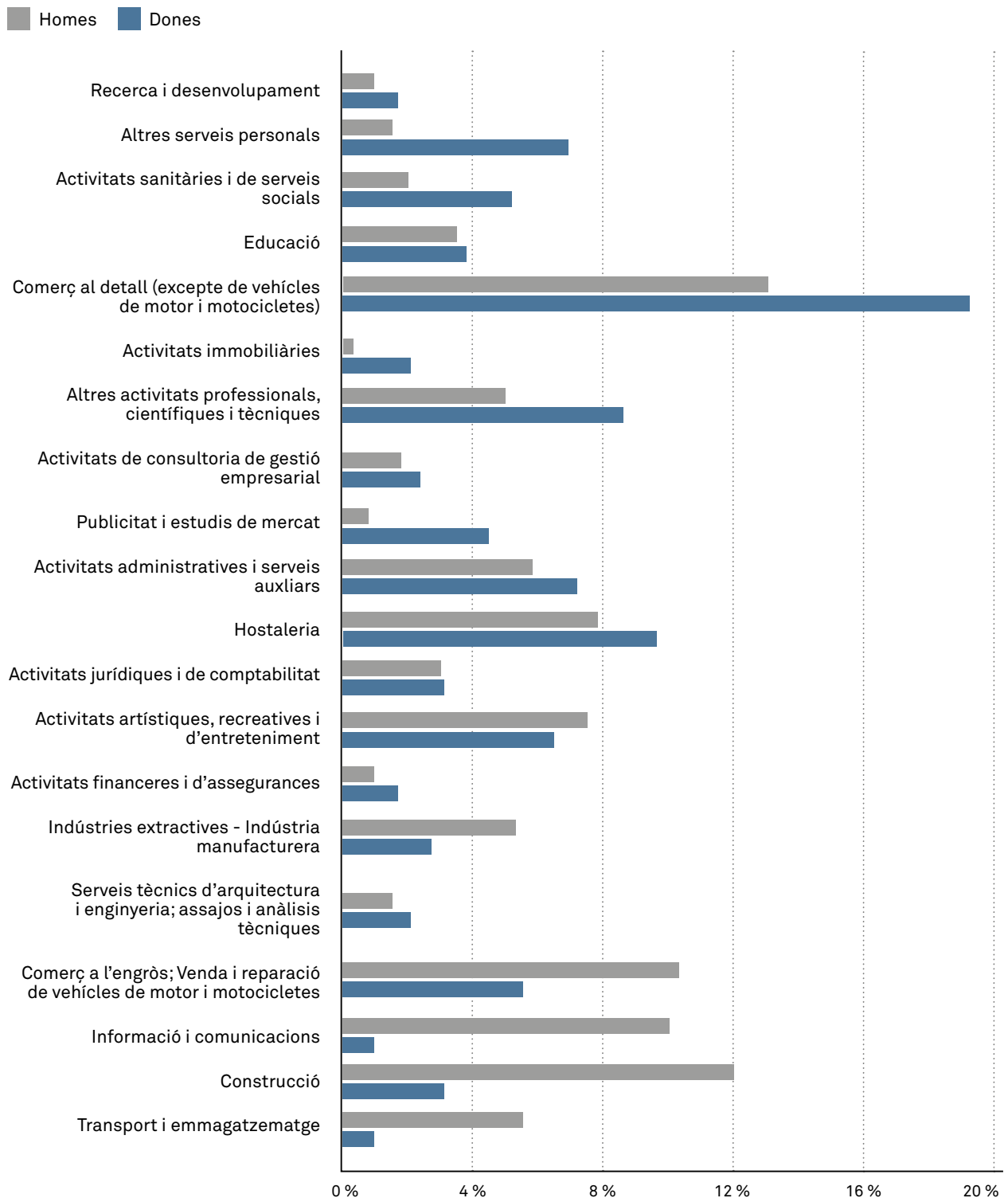


Quant als sectors en els quals s'ha produït un major moviment d'altres i baixes d'autònoms durant el 2016 a Barcelona, s'observa que les activitats on hi ha hagut més altes de dones al règim d'autònoms (Gràfic 8) segueixen sent el comerç al detall (12,8%), altres activitats professionals científiques–tècniques–veterinàries (9,9%), activitats administratives (8,6%) i hostaleria (8,4%). Pel que fa a les baixes (Gràfic 9), destaca la davallada al comerç al detall (19,2%), a l'hostaleria (9,6%) i a altres activitats professionals científiques–tècniques–veterinàries (8,6%).

Gràfic 8. Altes al règim d'autònoms segons activitat econòmica i sexe a Barcelona, 2016 (%)



Font: Mostra Contínua de Vides Laborals, 2016 (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social).

Gràfic 9. Baixes al règim d'autònoms segons activitat econòmica i sexe a Barcelona, 2016 (%)

Font: Mostra Contínua de Vides Laborals, 2016 (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social).

Finalment, pel que fa a les baixes del règim d'autònoms (vegeu Taula 10) es pot constatar que la distribució per sexes durant el 2016 ha estat d'un 12,7 % en el cas dels homes i un 14,4 % en el de les dones. Les causes per les quals s'han donat de baixa són majoritàriament dimissió o baixa voluntària del treballador, i en segon lloc, baixa per cessament d'activitat.

05.3 ACTIVITAT EMPRENEDORA FEMENINA A BARCELONA (GEM)

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) és un projecte que es va iniciar el 1997 com a observatori internacional per a l'estudi del fenomen de la creació d'empreses en diversos contextos i realitats nacionals. El primer informe es va publicar l'any 1999 amb la participació de deu països, i l'objectiu d'analitzar l'emprenedoria i proporcionar dades de les àrees fonamentals que nodreixen la investigació relacionada amb la creació d'empreses. Des d'aleshores cada any s'han elaborat informes a escala mundial i de cada país participant, així com a nivell regional. En el dinovè informe GEM corresponent al període 2017-18 hi han participat cinquanta-quatre països.

En el present apartat de l'estudi es comenten els resultats aportats per investigadors de la Universitat Autònoma de Barcelona a partir de l'explotació que han realitzat de les dades de projecte GEM. L'explotació, feta a mida per a la ciutat de Barcelona des d'una perspectiva de gènere, ha estat impulsada per la Gerència de Política Econòmica i Desenvolupament Local de l'Ajuntament de Barcelona. L'informe incorpora la comparació de la capital catalana amb altres àmbits territorials i fa referència al període 2005-16⁴. En concret es tracten aspectes relacionats amb:

- Les percepcions, valors i aptituds emprenedores de la població adulta.
- Els indicadors del procés empenedor en la població adulta de 18 a 64 anys.
- Els motius per emprendre i sector d'activitat.
- Les característiques de les empreses en fase inicial (TEA).

El primer aspecte que avalua l'informe GEM fa referència a les percepcions, valors i aptituds de la població adulta a l'hora d'engegar (o no) un procés empenedor. La Taula 11 mostra els percentatges de les dones entrevistades de Barcelona que estan d'acord amb la tipologia plantejada de percepcions, valors i aptituds, recollint els resultats per a quatre períodes diferents:

Taula 11. Percepcions, valors i aptituds emprenedores de les dones a Barcelona

	2005-07	2008-10	2011-13	2014-16
Emprendre aporta estatus social i econòmic	54,4 %	59,8 %	59,9 %	45,7 %
Emprendre és una bona opció professional	65,4 %	67,8 %	68,6 %	57,6 %
Difusió de l'emprenedoria als mitjans de comunicació	36,9 %	45,2 %	52,9 %	56,8 %
Equitat en els estàndards de vida	63,9 %	63,1 %	70,9 %	68,1 %
Oportunitats per emprendre en els pròxims 6 mesos	33,8 %	25,3 %	20,8 %	31,2 %
Possessió de coneixements i habilitats per emprendre	44,0 %	46,8 %	47,4 %	46,6 %
La por a fracassar com un obstacle per emprendre	46,1 %	49,3 %	46,9 %	45,7 %
L'existència de models de referència	30,2 %	31,9 %	24,8 %	33,9 %

Font: Guallarte, C., et al. (2017).

⁴ Guallarte, C.; Genescà, E.; Obis, T. (2017): Activitat empenedora femenina a Barcelona (informe no publicat). Universitat Autònoma de Barcelona.

Aquesta taula indica que el major grau de consens entre les dones recau en la idea que l'emprenedoria és un bon camí cap a una major redistribució de la renda (el 68 % de les dones hi estan d'acord), mentre que donen poca importància al fet de tenir models de referència.

Quant a l'evolució que hi ha hagut en el pensament de les dones entre l'any 2005 i el 2016 pel que fa a les diverses afirmacions plantejades, cal dir que ha augmentat considerablement la importància que donen a la influència que poden exercir els mitjans de comunicació per a la difusió de l'emprenedoria. En canvi ha minvat la percepció de l'emprenedoria associada a l'estatus social i econòmic o bé a la idea d'una bona opció professional.

D'altra banda, la por al fracàs com a fre a l'engegada d'un negoci es manté (el 46 % de les dones confessen sentir-la).

La Taula 12 aporta els percentatges dels homes entrevistats que estan d'acord amb els diversos ítems, de manera que es pot dur a terme la corresponent comparativa entre sexes:

Taula 12. Percepcions, valors i aptituds emprenedores dels homes a Barcelona

	2005-07	2008-10	2011-13	2014-16
Emprendre aporta estatus social i econòmic	64,4 %	56,8 %	60,6 %	51,4 %
Emprendre és una bona opció professional	74,9 %	68,7 %	70,3 %	60,5 %
Difusió de l'emprenedoria als mitjans de comunicació	48,1 %	41,5 %	57,7 %	58,0 %
Equitat en els estàndards de vida	61,1 %	57,7 %	70,0 %	73,1 %
Oportunitats per emprendre en els pròxims 6 mesos	40,2 %	29,6 %	22,3 %	33,5 %
Possessió de coneixements i habilitats per emprendre	50,3 %	50,8 %	58,3 %	55,3 %
La por a fracassar com un obstacle per emprendre	46,9 %	47,0 %	42,2 %	40,4 %
L'existència de models de referència	35,8 %	34,4 %	32,3 %	37,1 %

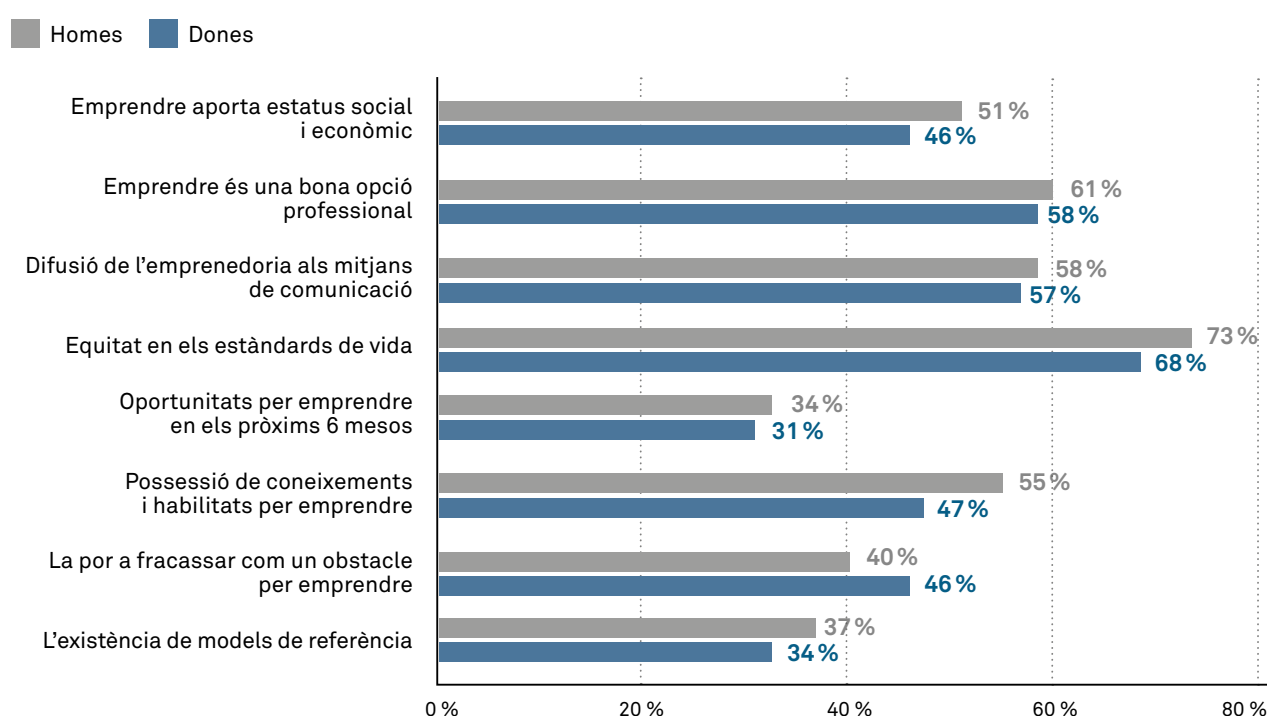
Font: Guallarte, C., et al. (2017).

Es pot observar que els homes coincideixen amb les dones amb què l'emprenedoria és una bona via per a l'equitat en els estàndards de vida (el 73 % dels homes hi estan d'acord), i tampoc donen excessiva importància a l'existència de models de referència.

Quant a l'evolució que hi ha hagut en el pensament dels homes entre l'any 2005 i el 2016 pel que fa a les diverses afirmacions plantejades, cal dir que també ha augmentat la importància que donen a la influència que poden exercir els mitjans de comunicació per a la difusió de l'emprenedoria, tot i que el canvi de mentalitat en les dones ha estat major. La percepció dels homes sobre l'associació entre l'emprenedoria i el major estatus social i econòmic així com la idea de ser una bona opció professional, ha baixat més significativament que en l'imaginari de les dones.

Elles donen més importància als coneixements i habilitats per emprendre que ells i, finalment, la percepció que la por al fracàs és un fre per a l'engegada d'un negoci ha baixat entre els homes.

El Gràfic 10 mostra la comparativa entre dones i els homes de les dades comentades anteriorment.

Gràfic 10. Percepcions, valors i aptituds emprenedores a Barcelona per sexe, 2014-16

Font: Guallarte, C., et al. (2017).

Finalment, a la Taula 13 es du a terme una comparativa entre diversos àmbits geogràfics pel que fa a l'opinió de les dones respecte les diferents afirmacions proposades. Els àmbits seleccionats són tant nacionals (Àrea Metropolitana de Barcelona, Catalunya, Espanya) com internacionals (entre els quals destaquen països tan emprenedores com els EEUU, o bé d'altres de l'entorn europeu com Alemanya, França, Irlanda o Itàlia).

Taula 13. Comparativa de les percepcions, valors i aptituds emprenedores de les dones a diversos àmbits geogràfics en el període 2014-16

	BCN	BCN (AMB)	CAT	ESP	Alemanya	EEUU	França	Irlanda	Itàlia
Emprendre aporta estatus social i econòmic	45,7 %	45,1 %	46,8 %	47,6 %	78,6 %	76,0 %	72,8 %	78,3 %	70,4 %
Emprendre és una bona opció professional	57,6 %	57,2 %	59,4 %	54,2 %	49,4 %	64,9 %	61,6 %	47,1 %	62,4 %
Difusió de l'emprenedoria als mitjans de comunicació	56,8 %	54,3 %	53,7 %	47,1 %	52,2 %	75,9 %	39,4 %	69,3 %	45,9 %
Equitat en els estàndards de vida	68,1 %	71,0 %	72,9 %	72,3 %	62,5 %	53,5 %	55,2 %	78,5 %	74,3 %
Oportunitats per emprendre en els pròxims 6 mesos	31,2 %	26,1 %	23,7 %	21,8 %	34,1 %	46,4 %	28,0 %	31,1 %	22,2 %
Possessió de coneixements i habilitats per emprendre	46,6 %	43,3 %	44,6 %	42,1 %	28,6 %	47,5 %	24,8 %	36,5 %	25,9 %
La por a fracassar com un obstacle per emprendre	45,7 %	46,6 %	46,1 %	48,4 %	53,9 %	35,1 %	46,1 %	47,3 %	63,4 %
L'existència de models de referència	33,9 %	31,3 %	32,9 %	31,9 %	21,0 %	26,3 %	33,7 %	29,2 %	22,6 %

Font: Guallarte, C., et al. (2017).

D'entrada s'observa un major grau de consens amb la idea que l'emprenedoria aporta estatus social i econòmic a nivell internacional que no pas a nivell nacional.

Les dones entrevistades als EEUU donen molta més importància que la resta a la influència que es pot exercir des dels mitjans de comunicació cap a l'impuls de la creació d'empreses, mentre que també són les qui menys d'acord estan amb que aquesta via sigui adequada per aconseguir una millor distribució de la renda.

Les barcelonines veuen majors oportunitats per emprendre en els pròxims 6 mesos que les de la resta d'Espanya (tant AMB, com Catalunya o del conjunt del país).

Les espanyoles donen la mateixa importància que les nord-americanes a la possessió de coneixement i habilitats per emprendre, i sobta la poca rellevància que hi donen les alemanyes, franceses o italianes.

D'altra banda, als EEUU és el país on menor por al fracàs mostren les dones entrevistades, mentre que els percentatges mostrats per les barcelonines, catalanes i espanyoles són similars i més alts que els de les nord-americanes. La major por al fracàs és la que apunten les dones italianes.

La Taula 14 mostra els indicadors⁵ que utilitza la metodologia GEM per a mesurar el procés empenedor. Els percentatges es refereixen a les dones entrevistades de Barcelona que tenen entre 18 i 64 anys i que estan involucrades en iniciatives emprenedores, referint-se a quatre períodes diferents per tal de copsar-ne l'evolució:

Taula 14. Indicadors del procés empenedor de les dones a Barcelona

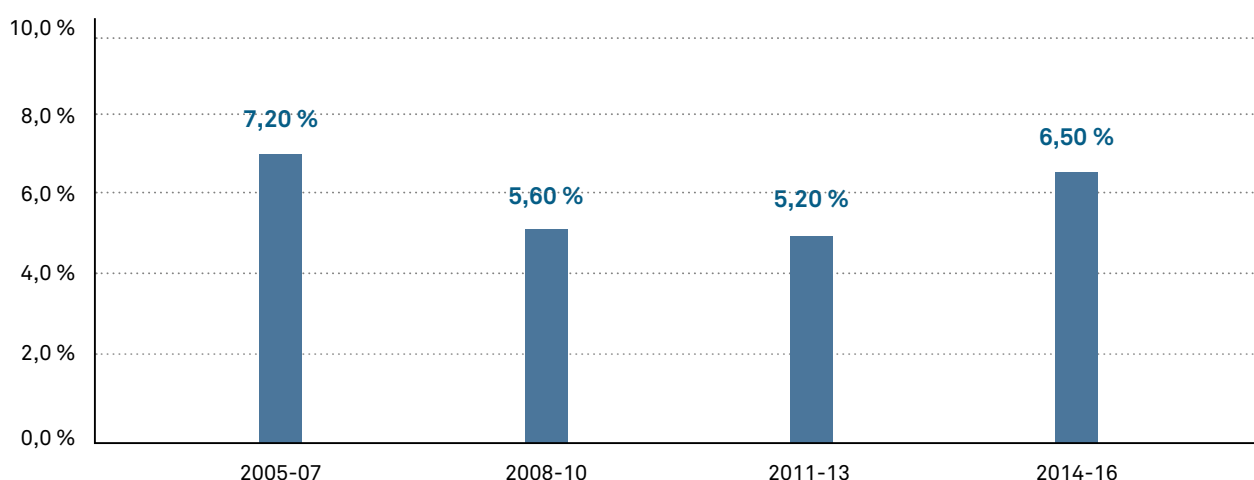
	2005-07	2008-10	2011-13	2014-16
Emprenedores en fase inicial (TEA)	7,2 %	5,6 %	5,2 %	6,5 %
Emprenedores naixents	3,5 %	3,2 %	3,3 %	3,0 %
Emprenedores noves	3,7 %	2,4 %	1,9 %	3,5 %
Emprenedores potencials	7,1 %	7,7 %	10,7 %	10,0 %
Emprenedores consolidades	4,0 %	6,8 %	6,1 %	8,1 %
Abandonament (tancament o traspàs)	0,7 %	1,5 %	1,3 %	0,8 %

Font: : Guallarte, C., et al. (2017).

⁵ En el projecte GEM un dels indicadors de referència és la TEA —*Total Early Stage Entrepreneurial Activity*— i és el percentatge de la població adulta que en un determinat període manifesta ser empresari (propietari i directiu) d'una empresa en fase inicial, ja sigui naixent o nova.

Emprenedoria potencial: es refereix al percentatge de població adulta que en un període determinat manifesta la intenció de crear una empresa en els pròxims tres anys. Una part dels emprenedors potencials crearà la seva pròpia empresa, i aleshores tindrem l'*emprenedoria naixent* (fins a tres mesos d'activitat efectiva), l'*emprenedoria nova* (de 3 mesos a 3,5 anys) i l'*emprenedoria consolidada* (més de 3,5 anys).

L'indicador de l'*Abandonament del Negoci* s'utilitza per analitzar la dinàmica empresarial i és el percentatge de la població que manifesta haver deixat de ser empresari o empresària ja sigui perquè l'empresa ha desaparegut o bé perquè s'ha traspassat.

Gràfic 11. Taxa d'Activitat Emprenedora (TEA) femenina a Barcelona (% població adulta), 2005-2016

Font: : Guallarte, C., et al. (2017).

La Taxa d'Activitat Emprenedora (TEA) femenina a Barcelona al període 2014-16 és del 6,5 % de la població adulta. S'observa que en el lapsus de temps recollit a la taula precedent les diferències no han estat gaire significatives, malgrat que l'efecte de la crisi econòmica que es va iniciar al 2008 ha deixat petjada. Al 2016 encara no s'havia igualat el percentatge d'emprenedores en fase inicial (naixents i noves) que hi havia al 2005-07, malgrat que l'augment d'emprenedores potencials fa pensar que més d'hora que tard la fita serà assolida.

Sí que mereix comentari la destacable evolució de les emprenedores consolidades, que s'han doblat en els 10 anys recollits en el quadre.

Cal afegir que en la comparativa amb homes es pot concloure que, en general, presenten uns percentatges lleugerament superiors als de les dones.

La comparativa amb altres àmbits territorials dels percentatges de les dones entrevistades que tenen entre 18 i 64 anys i que estan involucrades en iniciatives emprenedores queda reflectida a la Taula 15:

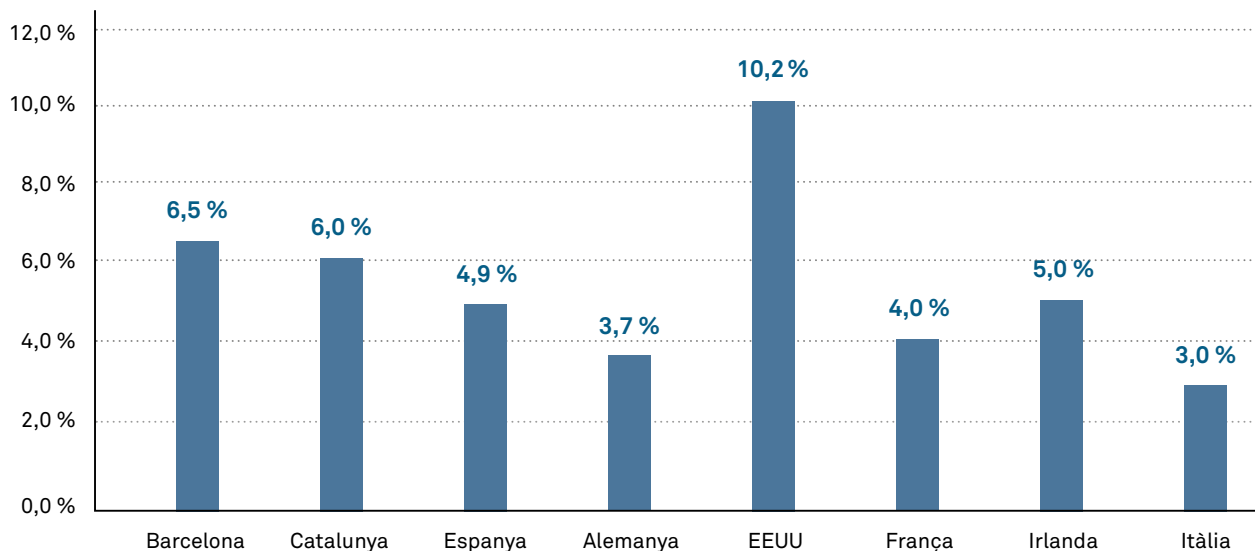
Taula 15. Comparativa de les percepcions, valors i aptituds emprenedores de les dones a diversos àmbits geogràfics en el període 2014-16

	BCN	BCN (AMB)	CAT	ESP	Alemanya	EEUU	França	Irlanda	Itàlia
Emprenedores en fase inicial (TEA)	6,5 %	5,0 %	6,0 %	4,9 %	3,7 %	10,2 %	4,0 %	5,0 %	3,0 %
Emprenedores naixents	3,0 %	2,2 %	3,1 %	2,4 %	2,2 %	7,4 %	3,0 %	3,2 %	2,0 %
Emprenedores noves	3,5 %	2,8 %	3,0 %	2,5 %	1,6 %	3,0 %	1,0 %	1,8 %	1,0 %
Emprenedores potencials	10,0 %	8,0 %	7,6 %	7,1 %	7,4 %	14,0 %	12,9 %	9,1 %	8,7 %
Emprenedores consolidades	8,1 %	6,8 %	7,7 %	6,4 %	3,4 %	5,4 %	1,7 %	5,0 %	2,8 %
Abandonament (tancament o traspàs)	0,8 %	0,9 %	0,9 %	1,7 %	1,4 %	3,1 %	1,5 %	1,5 %	1,9 %

Font: Guallarte, C., et al. (2017).

El Gràfic 12 mostra que les emprenedores en fase inicial (TEA) de Barcelona presenten un percentatge superior (6,5 %) al de Catalunya, Espanya i països com Alemanya, França o Itàlia, mentre que a l'informe només queda per sota de d'EEUU (10,2 %).

Gràfic 12. Comparativa de Taxes d'Activitat Emprenedora (TEA) femenina per àmbits territorials, 2014-2016



Font: : Guallarte, C., et al. (2017).

La Taula 15 completa la informació indicant que les emprenedores potencials a Barcelona (10%) són clarament superiors a les de la resta de Catalunya i d'Espanya, i similars a les de la resta d'Europa. Les emprenedores consolidades a Barcelona (8,1 %) presenten uns percentatges que superen els de la resta d'Espanya i, sobretot, els de la resta d'Europa. D'altra banda és l'àmbit geogràfic on l'abandonament dels negocis és més baixa (0,8 %). Les dades semblen indicar que els EEUU és un país on les dones pensen molt en emprendre (14 % emprenedores potencials) però on no es consoliden tant els projectes empresarials (5,4 %) i on la taxa d'abandonament és la més elevada de la comparativa (3,1 %).

Motius per emprendre i sector d'activitat

La Taula 16 presenta els percentatges dels motius per emprendre i dels sectors d'activitat de les dones emprenedores naixents i noves (TEA) de Barcelona, recollint els resultats per a quatre períodes diferents:

Taula 16. Motius per emprendre i sector d'activitat de les dones emprenedores (TEA) de Barcelona

	2005-07	2008-10	2011-13	2014-16
Motius per emprendre				
Emprendre per oportunitat (independència + ingressos)	46,6 %	44,0 %	38,2 %	35,8 %
Emprendre per tenir més independència	13,6 %	15,8 %	9,1 %	17,3 %
Emprendre per augmentar ingressos	33,0 %	28,3 %	29,1 %	18,5 %
Emprendre per necessitat	20,2 %	20,0 %	30,3 %	31,3 %
Sector d'activitat				
Sector transformador	20,0 %	20,4 %	11,3 %	7,6 %
Sector serveis a l'empresa	35,8 %	34,0 %	41,4 %	33,2 %
Sector serveis al consumidor	44,1 %	42,8 %	47,3 %	59,3 %

Font: Guallarte, C., et al. (2017).

Tal i com mostra la Taula 16, entre el 2005 i el 2016 ha augmentat el percentatge de dones que emprenen per necessitat mentre que ha disminuït el de l'emprenedoria per oportunitat. S'entén que aquest és un comportament explicable per la situació de crisi econòmica viscuda al nostre país. Malgrat tot, en el període 2014-16 l'emprenedoria per oportunitat segueix sent més elevada (35,8 %) que la creació d'una empresa per necessitat (31,3 %).

Pel que fa al sector d'activitat en el que les dones consultades han posat en marxa un negoci cal dir que els serveis al consumidor constitueixen la principal activitat econòmica de les empresàries (quasi el 60 % del total), seguit dels serveis a les empreses (33 %). Si ens fixem en l'evolució que hi ha hagut s'observa que la presència de les dones en el sector transformador ha baixat clarament, mentre que ha augmentat en els serveis al consumidor.

Quant a la comparativa amb els homes entrevistats (Taula 17) veiem un comportament diferent ja que ells han augmentat el percentatge en emprenedoria per oportunitat durant el període analitzat (sobretot per augmentar ingressos) i el pes de l'emprenedoria per necessitat és inferior que en el cas de les empresàries.

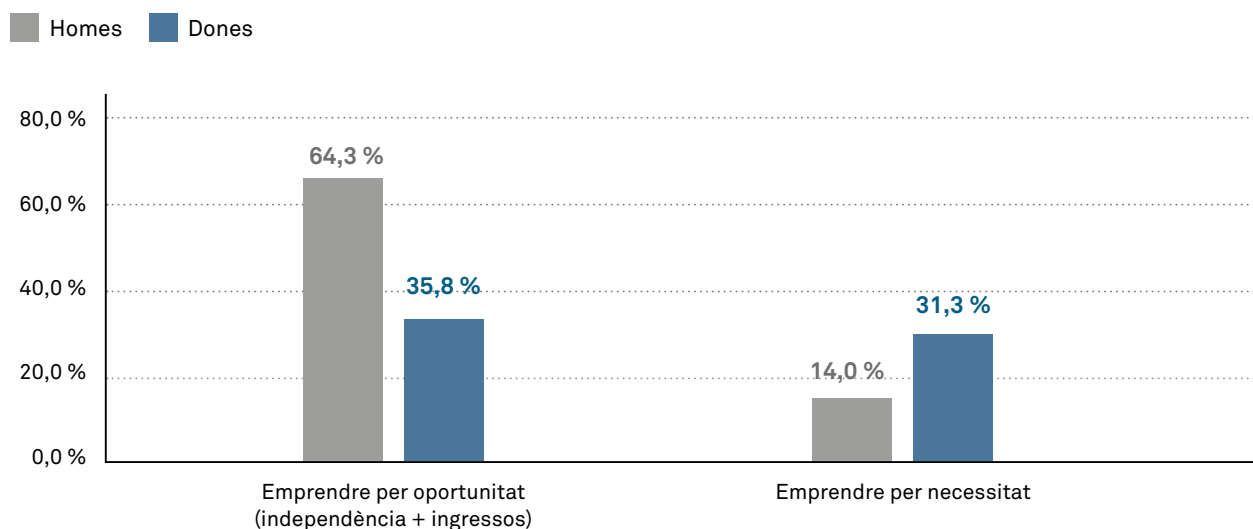
Taula 17. Motius per emprendre i sector d'activitat dels homes emprenedors (TEA) de Barcelona

	2005-07	2008-10	2011-13	2014-16
Motius per emprendre				
Emprendre per oportunitat (independència + ingressos)	61,3 %	54,5 %	40,4 %	64,3 %
Emprendre per tenir més independència	32,9 %	24,9 %	18,3 %	26,8 %
Emprendre per augmentar ingressos	28,4 %	29,5 %	22,2 %	37,4 %
Emprendre per necessitat	10,2 %	16,7 %	26,2 %	14,0 %
Sector d'activitat				
Sector transformador	20,6 %	24,6 %	27,1 %	8,4 %
Sector serveis a l'empresa	38,6 %	31,1 %	42,8 %	51,1 %
Sector serveis al consumidor	38,2 %	38,8 %	30,1 %	40,5 %

Font: Guallarte, C., et al. (2017).

El Gràfic 13 mostra els percentatges de l'emprenedoria per oportunitat i per necessitat, des de la perspectiva de gènere. Mentre que el 64 % dels homes que emprenen manifesten que ho fan per oportunitat —i principalment per augmentar ingressos—, les dones de Barcelona mostren un equilibri entre l'emprenedoria per necessitat (31 %) i la d'oportunitat (36 %). Aquesta diferència de més de 30 punts en l'emprenedoria per oportunitat fa pensar que sovint les dones accedeixen a l'emprenedoria com una via que els permeti aconseguir un *modus vivendi*, mentre que els emprenedors ho fan majoritàriament per donar un salt qualitatiu en el seu nivell de vida, ja que només el 14 % d'ells emprèn per necessitat.

Gràfic 13. Motius per a emprendre (TEA) a Barcelona, 2014-16



Font: : Guallarte, C., et al. (2017).

La informació dels homes emprenedors per sectors indica la coincidència amb les empresàries pel que fa a la davallada en el sector transformador (del 20 % al 8,4 %), mentre que han augmentat significativament els percentatges d'emprenedors en el sector dels serveis a les empreses (del 38 % al 51 %). La presència d'empresaris en el sector serveis al consumidor també és destacable (40 %) però inferior, en termes relatius, a la de les dones (59 %).

La darrera taula que recull els motius per emprendre i el sector d'activitat de les empresàries entrevistades pel GEM ens aporta la comparativa amb altres àmbits geogràfics (Taula 18).

Taula 18. Comparativa del motius per emprendre (TEA) i sector d'activitat de les dones per a diversos àmbits geogràfics, 2014-16

	BCN	BCN (AMB)	CAT	ESP	Alemanya	EEUU	França	Irlanda	Itàlia
Motius per emprendre									
Emprendre per oportunitat (independència + ingressos)	35,8 %	37,1 %	40,3 %	38,6 %	53,6 %	68,2 %	64,7 %	41,3 %	40,6 %
Emprendre per tenir més independència	17,3 %	21,4 %	19,9 %	19,8 %	34,5 %	23,6 %	31,7 %	16,3 %	10,6 %
Emprendre per augmentar ingressos	18,5 %	15,7 %	20,4 %	18,8 %	19,0 %	44,6 %	32,9 %	25,0 %	30,0 %
Emprendre per necessitat	31,3 %	31,7 %	33,6 %	36,9 %	34,5 %	23,0 %	24,3 %	34,2 %	15,7 %
Sector d'activitat									
Sector transformador	7,6 %	8,0 %	9,4 %	9,8 %	15,4 %	14,1 %	25,8 %	14,3 %	14,4 %
Sector serveis a l'empresa	33,2 %	31,2 %	26,3 %	24,4 %	25,4 %	25,1 %	18,5 %	20,3 %	24,1 %
Sector serveis al consumidor	59,3 %	60,7 %	62,0 %	61,6 %	57,6 %	57,1 %	55,7 %	58,7 %	50,3 %

Font: Guallarte, C., et al. (2017).

Les barcelonines són les dones que menor percentatge mostren d'emprenedoria per oportunitat (35,8 %), tant en relació amb la resta d'àmbits nacionals com internacionals. A destacar les diferències amb les nord-americanes (68 %), franceses (64 %) i alemanyes (53 %).

Les xifres semblen indicar que a Barcelona i àrea metropolitana, Catalunya i Espanya les dones emprenen més per necessitat que als EEUU i altres països de la Mediterrània.

Quant als sectors d'activitat, els àmbits geogràfics nacionals mostren un menor impuls empreneur en el sector transformador que en els internacionals. D'altra banda, val la pena destacar la major presència de dones que emprenen a Barcelona en el sector dels serveis a les empreses en relació a la resta d'àmbits.

La Taula 19 mostra els percentatges de les característiques de les empreses de les dones emprenedores naixents i noves (TEA) de Barcelona, recollint els resultats per a quatre períodes diferents:

Taula 19. Característiques de les empreses de les dones emprenedores (TEA) de Barcelona

	2005-07	2008-10	2011-13	2014-16
Sense treballadors (en l'actualitat)	15,6 %	73,0 %	57,9 %	47,5 %
Més de 5 treballadors (en l'actualitat)	13,0 %	6,6 %	16,3 %	8,3 %
Més de 5 treballadors (d'aquí a 5 anys)	14,6 %	17,1 %	26,1 %	12,0 %
Completament o una mica innovadora	54,2 %	40,9 %	46,4 %	47,0 %
Tecnologia de menys de 5 anys	18,2 %	18,4 %	34,0 %	45,4 %
Sense o poca competència	38,6 %	36,3 %	46,4 %	48,5 %
Amb activitat exportadora	34,4 %	34,2 %	20,5 %	23,3 %

Font: : Guallarte, C., et al. (2017).

Les empresàries sense treballadors de Barcelona constitueixen la majoria (47,5 %) i destaca l'augment que hi ha hagut des del 2005-07, període en el qual suposaven el 15 %. En canvi s'han reduït les empreses exportadores (del 34 % al 23 %) així com les innovadores (del 54 % al 47 %). Amb tot, les xifres indiquen un augment significatiu de les empresàries que compten amb una tecnologia de menys de 5 anys, que han passat del 18 % al 2005-07 al 45 % al 2014-16.

Per tal de dur a terme la corresponent comparativa de les característiques de les empreses de les dones amb les que han posat en marxa els homes, la Taula 20 recull les dades d'aquests últims:

Taula 20. Característiques de les empreses dels homes emprenedors (TEA) de Barcelona

	2005-07	2008-10	2011-13	2014-16
Sense treballadors (en l'actualitat)	42,2 %	31,9 %	56,8 %	42,4 %
Més de 5 treballadors (en l'actualitat)	11,3 %	7,0 %	8,1 %	5,3 %
Més de 5 treballadors (d'aquí a 5 anys)	21,2 %	23,7 %	33,1 %	13,4 %
Completament o una mica innovadora	43,1 %	41,9 %	41,7 %	28,2 %
Tecnologia de menys de 5 anys	17,0 %	21,8 %	33,7 %	20,6 %
Sense o poca competència	34,3 %	36,0 %	59,9 %	41,3 %
Amb activitat exportadora	56,0 %	49,9 %	30,9 %	28,7 %

Font: : Guallarte, C., et al. (2017).

A destacar que el percentatge d'empreses sense treballadors creades per dones (47 %) és superior a les dels homes (42 %). En ambdós casos han minvat considerablement les expectatives de creixement en plantilla. En el cas de les empreses dels homes ha disminuït de forma clara el percentatge d'empreses exportadores (del 56 % al 28 %) i de les innovadores (43 % al 28 %), descensos més significatius que en el cas de les dones.

Finalment, la Taula 21 mostra la comparativa de les empresàries TEA de Barcelona amb altres àmbits geogràfics:

Taula 21. Comparativa de les característiques de les empreses de les dones emprenedores (TEA) per a diversos àmbits geogràfics, 2014-16

	BCN	BCN (AMB)	CAT	ESP	Alemanya	EEUU	França	Irlanda	Itàlia
Sense treballadors (en l'actualitat)	47,5 %	58,7 %	60,8 %	54,2 %	39,9 %	39,4 %	86,9 %	52,5 %	37,7 %
Més de 5 treballadors (en l'actualitat)	8,3 %	7,8 %	5,4 %	5,5 %	24,7 %	15,0 %	0,0 %	18,5 %	2,4 %
Més de 5 treballadors (d'aquí a 5 anys)	12,0 %	11,6 %	9,6 %	14,4 %	25,9 %	34,6 %	23,1 %	36,0 %	7,0 %
Completament o una mica innovadora	47,0 %	38,7 %	38,1 %	35,1 %	39,0 %	48,5 %	55,6 %	53,0 %	67,2 %
Tecnologia de menys de 5 anys	45,4 %	39,1 %	33,9 %	30,9 %	19,8 %	29,9 %	44,4 %	41,0 %	43,8 %
Sense o poca competència	48,5 %	41,4 %	46,2 %	44,2 %	54,2 %	59,2 %	68,2 %	68,5 %	34,4 %
Amb activitat exportadora	23,3 %	22,8 %	21,6 %	24,4 %	53,6 %	82,2 %	63,1 %	62,1 %	41,8 %

Font: Guallarte, C., et al. (2017).

Succeeix que a tots els àmbits territorials hi ha major presència d'empreses sense treballadors. Les barcelonines mostren un percentatge més baix d'empreses sense treballadors que la resta d'àmbits nacionals, però en canvi tenen un percentatge més alt d'empreses amb una plantilla de més de 5 treballadors.

Les empresàries de Barcelona destaquen en comparació a la resta d'àmbits estatals per la innovació que incorporen als seus negocis i per la seva capacitat exportadora. En canvi, en relació als àmbits internacionals, les de Barcelona són més innovadores que Alemanya, mentre que presenten una activitat exportadora inferior a la dels altres països europeus i a la dels EEUU (els serveis són més difícilment exportables que el sector transformador).

05.4 EL CAS DE BARCELONA ACTIVA

En aquest apartat es presenten els resultats de l'estudi de cas realitzat des de la perspectiva de gènere pel que fa als projectes empresarials acompanyats per Barcelona Activa durant l'any 2016. En aquest estudi s'analitzen quins són els motius per emprendre, la formació de les persones emprenedores i les característiques de les empreses creades.

La Taula 22 mostra els motius que porten als usuaris i usuàries a desenvolupar un projecte empresarial, on es constata que per a les dones, el principal motiu per emprendre és la realització personal —amb no molta diferència respecte els homes— però cal dir també que els homes (40 %) emprenen molt més que les dones (27 %) per haver detectat una oportunitat de negoci.

Taula 22. Motius per emprendre de l'usuariat de Barcelona Activa

	Dones	Homes
Com a fórmula de realització personal	41,6 %	45,3 %
Per crear el propi lloc de treball (com a alternativa a una situació d'atur)	37,6 %	34,0 %
Detecció d'una oportunitat de negoci	27,2 %	40,0 %
Per a crear el propi lloc de treball tot i disposar-ne (Independència i millora laboral)	35,2 %	34,0 %
Per a augmentar el nivell de renda i millorar estatus social	4,4 %	10,0 %
Per a continuar amb una tradició familiar	1,2 %	1,3 %
Altres motius	7,2 %	4,7 %

Font: Estudi seguiment projectes empresarials acompanyats des de Barcelona Activa (2016).

Si analitzem si els socis/sòcies dels projectes empresarials tenen formació i experiència prèvia en el moment de desenvolupar el projecte s'observa, a la Taula 23, que tant les dones com els homes tenen experiència laboral prèvia en l'àmbit de l'activitat econòmica en la que emprenen, però pel que fa a la formació específica en gestió empresarial, la dels homes superen clarament la de les dones.

Taula 23. Formació i experiència prèvia

	Dones	Homes
Formació específica en l'àmbit d'activitat de l'empresa	57,2 %	64,7 %
Experiència laboral prèvia en l'àmbit de l'activitat de l'empresa	66,4 %	67,3 %
Formació específica en l'àmbit de la gestió empresarial	29,2 %	38,0 %
Experiència laboral prèvia en l'àmbit de la gestió empresarial	36,8 %	45,3 %

Font: Estudi seguiment projectes empresarials acompanyats des de Barcelona Activa (2016).

La Taula 24 mostra les formes jurídiques triades majoritàriament per dones i homes emprenedors, on es constata que les dones opten majoritàriament per donar-se d'alta al règim d'autònoms i en canvi les formes jurídiques triades pels homes són tant la societat mercantil (SL) com l'opció d'autònom.

Taula 24. Formació i experiència prèvia

	Dones	Homes
Autònom/a	59,6 %	48,4 %
Societat Limitada (SL)	25,8 %	43,8 %
Societat Cooperativa Catalana Limitada (SCCL)	5,6 %	1,6 %
Societat Civil Privada (SCP)	4,5 %	1,6 %
Associacions, Fundacions	4,5 %	4,7 %

Font: Estudi seguiment projectes empresarials acompanyats des de Barcelona Activa (2016).

Pel que fa al temps que passa des que es va començar a treballar la idea del negoci fins que es constitueix l'empresa la durada mitjana és de 12 mesos i no hi ha diferències importants entre sexes. Quant al finançament de les noves empreses cal dir que la inversió realitzada per les dones en els seus projectes és de mitjana de 14.967 € i pels homes és de 21.446 €. Així doncs, la diferència en l'esforç inversor del projecte és aproximadament de 6.000 € inferior en el cas de les dones. El finançament d'aquesta inversió tant per dones com per homes prové principalment de recursos propis i de familiars o coneguts, així com de la capitalització de l'atur.

El sector d'activitat en el que emprenen els usuaris i usuàries de Barcelona Activa queda recollit a la Taula 25, en la qual s'observa que les empreses creades per les dones es troben principalment en el sector del comerç, el dels serveis a les empreses i el de la producció creativa i cultural. Els homes, en canvi, predominen en el sector dels serveis a les empreses, el comerç, l'hostaleria, el turisme, l'oci i, finalment, el sector tecnologies de la informació (TIC).

Taula 25. Sector d'activitat de l'empresa de l'usuariat de Barcelona Activa

	Dones	Homes
Comerç	24,70 %	14,10 %
Serveis a les empreses	16,90 %	18,80 %
Altres	15,70 %	12,00 %
Producció Creativa i Cultural	11,20 %	3,10 %
Hostaleria, turisme, oci	7,90 %	14,10 %
Salut i ciències de la vida	7,90 %	4,70 %
Tecnologies de la Informació i la Comunicació	3,40 %	12,50 %
Medi ambient	2,20 %	1,60 %
Indústria/Manufactura	2,20 %	4,70 %
Construcció i serveis urbanístics	2,20 %	7,80 %
Serveis personals	1,10 %	3,10 %

Font: Estudi seguiment projectes empresarials acompanyats des de Barcelona Activa (2016).

Estudi qualitatiu

o6. Metodologia

La part qualitativa de l'estudi fa una abordatge a l'emprenedoria femenina a Barcelona per tal d'aprofundir en les descripcions fetes des de l'enfocament quantitatiu, és a dir, amb l'objectiu de comprendre no només els motius i les raons que s'amaguen darrera les dades, sinó també d'anar més enllà i copsar com és aquest col·lectiu i quines són les vivències, limitacions i necessitats.

Per dur a terme l'estudi qualitatiu s'ha definit el *target* a partir de dos perfils concrets i clarament diferenciats de dones relacionades de forma directa i activa amb l'activitat econòmica empresarial de Barcelona: les emprenedores i les expertes.

Emprenedores

Dones que han decidit en algun moment de la seva carrera professional emprendre una activitat econòmica per compte propi i que, en el moment actual, estan donades d'alta en el Règim Especial de Treballadors Autònoms (RETA). Aquestes dones han estat diferenciades en funció del sector empresarial on s'emmarca l'activitat i de l'antiguitat del negoci (empresa nova vs. empresa consolidada segons l'estàndard GEM⁶).

Expertes

Dones que per la seva formació i/o activitat professional actual, compten amb un ampli i profund coneixement de la manera amb què les dones barcelonines s'enfronten al repte de posar en marxa una activitat econòmica empresarial. L'objectiu d'entrevistar aquestes expertes és el d'aconseguir una visió externa i especialitzada de l'emprenedoria femenina a Barcelona, a fi de confirmar i complementar la informació obtinguda de les dones empresàries. Aquestes expertes han estat segmentades en tres àrees específiques de coneixement:

- Formació
- Acompanyament en creació i gestió empresarial
- Xarxes empresarials

Pel que fa a les tècniques d'investigació cal dir que s'han combinat de complementàries: grups de discussió i entrevistes en profunditat.

La mida i distribució de la mostra ha estat dissenyada de la següent manera:

- El treball de camp es va iniciar amb un grup de discussió format per vuit dones empresàries. La sessió va tenir una durada de dues hores, durant les quals les participants varen posar en comú les experiències viscudes com a dones emprenedores. La Taula 26 recull la distribució d'empresàries participants, segons els sectors d'activitat al qual pertanyen i l'antiguitat del negoci gestionat. Els sectors de l'hostaleria, el comerç al detall i altres serveis han estat seleccionats per ser aquells en els quals hi ha més emprenedores. El sector manufacturer i de base tecnològica han estat triats tanmateix pel seu interès específic i per tractar-se de sectors clarament masculinitzats.

⁶ Estàndard GEM: empresa nova < 42 mesos/3,5 anys; empresa consolidada > 42 mesos/3,5 anys.

Taula 26. Composició del Focus Group (FG) amb emprenedores

1 FG	Antiguitat del negoci/activitat		Total participants
Sector ⁷	< 3,5 anys	> 3,5 anys	
Hostaleria i comerç al detall	1	1	2
Altres serveis	1	1	2
Manufactura	1	1	2
Tecnologia	1	1	2
Total	4	4	8

Font: Elaboració pròpia.

- A partir de la informació obtinguda amb el Focus Group, s'ha aprofundit en detalls a través de l'experiència individual d'altres dones empresàries mitjançant entrevistes en profunditat (EPs). En aquesta etapa de la investigació, i partint de nou de la necessitat d'obtenir el testimoni de dones amb diferents perfils, es varen realitzar un total de 16 entrevistes. La Taula 27 recull el nombre d'entrevistes realitzades així com la distribució per sectors.

Taula 27. Entrevistes en profunditat (EPs) a emprenedores

Sector	
Comerç al detall	3 EPs
Hostaleria	3 EPs
Altres serveis	3 EPs
Manufactura	3 EPs
Tecnologia	4 EPs
Total	16 EPs

Font: Elaboració pròpia.

Les **emprenedores** barcelonines entrevistades aporten a la present recerca les seves experiències i vivències personals de l'emprenedoria en clau femenina, cadascuna amb les seves pròpies circumstàncies i particularitats en termes de personalitat, moment vital, formació i trajectòria personal i professional. Aquesta riquesa de perfils ha permès obtenir una visió general de com són les dones emprenedores a Barcelona, les seves motivacions per emprendre, reptes i dificultats a què s'enfronten, i quines són les principals necessitats que tenen i a les que es podria donar resposta des de polítiques públiques de foment i suport a l'emprenedoria femenina

⁷ Vàrem seleccionar aquests 5 sectors tenint en compte que els tres primers (Comerç al Detall, Hostaleria i Altres Serveis) són aquells en els que les dones empresàries de Barcelona emprenen de manera majoritària, mentre que els altres dos (Manufactura i Tecnologia) són sectors tradicionalment més masculinitzats i dignes d'estudi.

- Finalment, a fi de confirmar i complementar la informació obtinguda amb les empresàries, es varen realitzar un total de 6 entrevistes en profunditat (EPs) amb expertes en tres diferents àrees relacionades amb l'emprenedoria femenina. La Taula 28 recull el nombre d'entrevistes realitzades segons les àrees d'expertesa establertes.

Taula 28. Entrevistes en profunditat (EPs) a expertes

Sector	
Formació ⁸	2 EPs
Acompanyament en creació i gestió empresarial	2 EPs
Xarxes empresarials	2 EPs
Total	6 EPs

Font: Elaboració pròpia.

- De forma complementària, les **expertes** aporten una visió externa i un ampli coneixement de l'emprenedoria femenina a Barcelona, i això ha permès que la recerca acabi per detectar i dibuixar perfils d'emprenedores més enllà de les particularitats de cada cas, així com a identificar necessitats específiques a cobrir en termes de polítiques públiques de foment i suport.

⁸ Una d'elles és també experta en cooperativisme.

07. Resultats obtinguts en l'estudi qualitatiu

En aquest apartat es presenten els resultats obtinguts de la recerca qualitativa, començant per l'explicació del que les entrevistades entenen per emprenedoria, quin és l'estat actual d'aquesta opció professional segons el seu parer, els sectors en els que més s'emprèn, les principals dificultats que troben en el procés, els perfils d'emprenedora detectats, les necessitats que manifesten en les diverses fases de la creació del negoci, la percepció que tenen de la tasca i la utilitat de l'associacionisme empresarial femení i, per acabar, quines polítiques de suport a l'emprenedoria coneixen i/o valoren positivament. El guió de l'entrevista realitzada s'adjunta a l'annex 2 de l'estudi.

07.01 DE QUÈ PARLEM QUAN PARLEM D'EMPRENEDORIA?

“La palabra «emprendedor» viene del s.xv y se llamaba emprendedores a aquellos que iban a hacer las Américas en busca de fortuna y que eran aventureros. Hablamos de incertidumbre, de inseguridad, de riesgo... Quiero decir que a veces utilizamos las palabras muy alegremente. El significado de las palabras te están marcando. Y en este caso concreto es importante entender el qué, el por qué y el para qué”. —**Experta Xarxes**

Emprendre significa treballar per compte propi creant i venent un producte o un servei, i això implica detectar una oportunitat de negoci, assumir un risc —personal i financer—, aventurar-se i prendre decisions amb determinació. I, per tant, emprendre amb èxit requereix, més enllà d'uns coneixements, unes capacitats i uns mitjans, una determinada actitud, un determinat esperit.

En aquest sentit, les expertes consultades en l'estudi coincideixen en assenyalar, des d'una posició crítica, una tendència per part de les institucions en els darrers anys a considerar emprenedoria el que sovint és autoocupació, és a dir, una solució a una situació d'atur o de feina precaritzada.

“**Hem confós emprenedoria amb una quota per donar d'alta a autònoms.** Moltes vegades s'ha focalitzat tota l'energia de les entitats públiques a **donar d'alta un autònom més.** He vist autèntics fracassos. Ser emprenedor és una actitud i no pot ser una solució a les taxes d'atur que hi ha”. —**Experta Formació**

“Ser emprenedor és un somni, una actitud... però, de vegades, des de les pròpies institucions ho plantejem com una forma de fer **baixar les dades d'atur**”. —**Experta Formació**

“L'autoocupació no és dolenta amb bones condicions de sou, horari, etc. El problema és quan l'autoocupació es converteix en **autoexplotació**”. —**Experta Acompanyament**

“No podem anar sistemàticament amb el discurs de l'emprenedoria quan en molts casos es tracta d'autoocupació. Hem acabat provocant una **bombolla d'emprenedors**”. —**Experta Acompanyament**

És a dir, des de la perspectiva de vàries de les expertes consultades, en els darrers anys s'ha acompanyat a emprendre a persones que no tenien l'actitud, les capacitats ni els mitjans necessaris per fer-ho, i això sovint ha acabat derivant en una autoocupació de baixa qualitat (que es pot materialitzar en una situació d'autoexplotació) o en un fracàs (tancament del negoci) que ha comportat greus conseqüències per a aquestes emprenedores i les seves famílies.

I, des d'aquesta experiència, les expertes apunten la necessitat d'establir una clara diferenciació entre emprenedoria i autoocupació, i dissenyar programes de suport i acompanyament adients per a cada cas.

07.2 ESTAT ACTUAL DE L'EMPREDORIA FEMENINA

Des de la perspectiva de les expertes entrevistades, l'emprenedoria femenina està vivint un moment dolç degut a que:

- a) Cada vegada més dones s'animen a emprendre.
- b) Està augmentant l'interès en obtenir dades sobre emprenedoria femenina i les seves necessitats.
- c) I tot això en un context en el que resulta clarament palpable la voluntat general d'atorgar la visibilitat, el suport i el reconeixement tradicionalment negat a les dones i a l'esfera femenina.

“Vivimos en **la ciudad más interesante para ser emprendedora**, así que imagínate como está en otros lugares... Además, el hecho de que en Barcelona Activa haya una mujer, Sara Berbel, ya es muy buena señal. (...) Me da la sensación de que nos están preguntando a las mujeres emprendedoras qué necesitamos, qué problemas tenemos... Si se resolverán o no, ya no lo sé”. —**Experta Xarxes⁹**

Malgrat això, les expertes consideren que a dia d'avui encara queden moltes coses a fer, i en concret es posen en relleu tres qüestions que cal corregir:

- 1) La invisibilització del col·lectiu a nivell estadístic: no hi ha dades relatives a l'emprenedoria femenina que ens permetin avaluar la seva evolució i situació actual i, a partir d'aquí, dissenyar i aplicar les polítiques i mesures necessàries.

“Estem treballant amb pressupostos de gènere i estem molt preocupades perquè **falten dades**, no hi ha estadístiques d'emprenedoria per gènere que es puguin aconseguir per al nivell municipal. És increïble, però no hi ha cap camp que digui home/dona...”. —**Experta Creació i Acompanyament**

“Allò que té a veure amb el gènere encara avui és subjectiu, perquè no hi ha dades objectives. I si tu no tens dades que recolzin, doncs no anem bé, perquè sempre tindràs gent que et dirà que això és la teva manera de veure-ho. **Necessitem dades i informació**”. —**Experta Xarxes**.

⁹ Amb tot, cal dir que Barcelona Activa ha estat dirigida per dones durant vint dels trenta anys que té d'història.

- 2) La manca de referents femenins de lideratge i, per tant, d'emprenedoria. El model hegemònic és el masculí i els valors que es vinculen al concepte d'emprendre —risc, valentia, determinació— són valors que tradicionalment s'han considerat masculins:

“El masculí és l'únic model que hem tingut. **No hem tingut models de lideratge femení.** Les que han liderat realment ho han fet des del punt de vista femení? En realitat crec que hem arribat a certs llocs amb rols masculins. La manca de referents femenins és important”. —**Experta Acompanyament**

- 3) Les diferències de gènere en relació a la consolidació de projectes d'emprenedoria: els projectes d'emprenedoria femenina creixen menys i es queden estancats o moren pel camí.

“Estem vivint un **moment molt dolç** on cada vegada hi ha més dones que creen empreses o tenen la intenció de crear empreses. Però després el tema es desequilibra quan parlem d'empreses realment creades o quan parlem de la consolidació, i aquí torna a haver diferència de gènere”. —**Experta Acompanyament**

D'altra banda, les expertes entrevistades assenyalen també certes tendències del mercat laboral que, d'una forma o altra, estan modelant l'emprenedoria femenina:

- a) Enfront la precarietat laboral, cada vegada més emprenedores estan prenent consciència de la necessitat de treballar el **branding personal**, és a dir, d'aprendre a vendre's i posicionar-se com una marca amb uns valors diferencials. I busquen formació i suport professional (*coaching*) per fer-ho.

“Penso que està calant el discurs de la **precarietat laboral**, que cada vegada més la gent es creu que la feina serà precària i que hauràs d'estar constantment buscant-te la vida i que molta gent es pren la seva situació laboral d'aquesta manera. M'he de vendre jo com a professional, per tant **la meva empresa sóc jo**. Hi ha un col·lectiu de dones que estan treballant per vendre's, amb tot l'*expertise*, **vendre's com a projecte**. Una part de les dones està treballant en aquesta línia”. —**Experta Acompanyament**

“**La marca personal es la reputación que te has creado** y que hace que la gente te tenga en su top of mind. Y esto es imprescindible, muchísimo más para una mujer que para un hombre, porque no solemos estar en el top of mind de nadie. Si no hay visibilidad, si no estás en el escaparate, nadie te va a querer. Las oportunidades siempre salen porque te recomiendan o te conocen. El hecho de tener marca personal es tener esas tres palabras que te definen, que tú acabas creyéndote, y que te dan seguridad. Y esa seguridad se transmite y la gente la percibe”. —**Emeprenedora Base Tecnològica**

Arran de la crisi econòmica iniciada al 2008 s'ha produït un canvi de paradigma que ha portat uns nous valors que, cada cop més, formen part de l'ideari de les noves empreses: responsabilitat i sostenibilitat.

“En la darrera crisi s’han incorporat una sèrie de **nous valors**. Cada vegada ens trobem amb més persones que estan incorporant el tema de la **sostenibilitat** i la **responsabilitat**. Són valors que comences a veure en diferents aspectes. Sigui des d’una posició més sincera o menys. En el comportament individual també es percep aquest canvi de paradigma”. —**Experta Creació i Acompanyament**

En aquest context s’integren els projectes d’**emprenedoria social**, en els que sembla que les dones, per proximitat als valors en els que han estat socialitzades, tenen més tendència a liderar.

“Hi ha una propensió major de les dones a participar en l’**economia social** i hi ha una **proximitat de valors en els quals estem socialitzades les dones** que ens apropen més a l’economia social”. —**Experta Formació i Cooperativisme**

“Vam començar el nostre projecte d’economia social amb una idea molt àmplia de **millorar el dia a dia de les dones en coses petites**, perquè el dia a dia són coses petites”. —**Emprenedora Manufactura Cooperativa**

Es tracta de projectes que acostumen a aglutinar uns valors sòlids i clarament definits com són:

- Un elevat grau de dedicació i d’implicació.
- La vocació cap a allò que és col·lectiu.
- Una sòlida perspectiva de gènere.
- El compromís social i la voluntat de canviar les coses.

“Tenen aquest perfil de projectes petits amb un **grau de dedicació brutal**, amb una vocació gairebé irrenunciable de lo col·lectiu, en que hi ha molt de suport mutu i una **vocació clara de canviar les coses**”. —**Experta Formació i Cooperativisme**

“Són dones amb molta **visió de gènere** que tenen ganes de **transformar les regles del joc** i, a sobre, són projectes cooperatius, i això ja és la cirereta del pastís, perquè és un marc jurídic que et facilita la combinació entre ser una associació de persones que volen cobrir una necessitat social i tenir una activitat econòmica”. —**Experta Formació i Cooperativisme**

- b) En el sectors relacionats amb el coneixement (ex.: periodisme, recerca, investigació, etc.) i de serveis a les empreses (ex.: traduccions, consultoria, etc.) s’està tendint cada cop més cap a un model de treball intermitent on es treballa per projectes. Una tendència que, malgrat proporciona la flexibilitat que algunes professionals busquen quan decideixen emprendre, cal vigilar de prop, perquè a mig/llarg termini pot repercutir negativament en el nivell d’ingressos i les condicions laborals de les dones emprenedores que operen en aquests sectors.

“Hi ha un perfil professional que es sent molt a gust amb aquest **model de feina intermitent**, però hi ha d’altres que hi arriben perquè no els hi queda més remei. Penso que hem de ser capaços com a societat de **regular una mica això perquè pot repercutir molt dur en els ingressos i les condicions laborals**”. —**Experta Acompanyament**

07.3 EN QUINS SECTORS EMPRENEN MÉS LES DONES?

Les dones tendeixen a emprendre de forma més habitual en el sector serveis (especialment serveis a les persones, hostaleria, salut, etc.) i en el comerç minorista/de proximitat. Els projectes que lideren sovint presenten poca innovació, la qual cosa provoca que el seu potencial de creixement es vegi limitat.

“Gran part de les empreses que ens arriben liderades per dones tenen molt **poca innovació, molt focalitzades en sector serveis**, per tant els seu creixement està molt condicionat per la seva capacitat de contractar a gent”.
—**Experta Creació i Acompanyament**

Es tracta, a més, de sectors que socialment es consideren de menor valor afegit, però que requereixen d'un cost humà més elevat:

“Les dones sovint operem en sectors d'activitat amb **menys valor afegit, però més intensius en cost humà**; no ens dediquem a fabricar cargols, ens dediquem a ser terapeutes, ens dediquem a la formació d'infants, no a la formació de directius. I moltes vegades partim de nosaltres, el nostre mòbil i l'ordinador i no hi ha més recursos. Si tirem el fil enrere ens hem format en branques de coneixement que **tenen a veure amb lo social, amb la cura**. Són **projectes molt petits amb uns nivells de capitalització molt baixos** i crec que és molt compartit amb el teixit de dones en general”. —**Experta Formació i Cooperativisme**

En contraposició, el que actualment es considera emprenedoria de valor afegit (empreses més innovadores i amb major capacitat de creixement) es centra en el sector tecnològic en forma de *startups*, però aquí les dones acostumen a ser minoria.

“L'emprenedoria de qualitat es diu **startup**. Això vol dir que hi ha un **component tecnològic i aquí les dones no som fortes**. Actualment el que està passant és que el retail de futur tindrà component tecnològic. L'omnicanal està a tot arreu i **en el món tecnològic no hi som ni ens sentim còmodes**. Ara s'estan fent molts esforços perquè la dona entri en el món tecnològic. Des de les universitats, escoles...perquè estem parlant de temes molt culturals i d'educació de base. En tots els projectes d'emprenedoria i *startups* sempre acabem amb un vessant tecnològic i aquí no tenim la formació i no és una àrea còmoda. La dona està més en temes de comerç de proximitat”. —**Experta Formació**

“**Els projectes de dones no són gaire startaperos**. La dona és més de muntar algun tipus de negoci, servei. És més emprenedoria amb recursos propis, no endeutar-se molt, amb prudència. El perfil *startup* té rodes de finançament, aixequen projectes de més de 1 milió d'euros, és una altra lliga. I en aquesta lliga no hi ha gaires dones”. —**Experta Formació**

“He tingut com a alumnes moltes *coach*, dones que emprenen en coses relacionades amb teràpies i coses així. Aquesta és la motivació més habitual en les dones. **Les dones no tenen grans projectes d'innovació disruptiva amb tecnologia**”. —**Experta Formació**

07.4 IMPLICACIONS I DIFICULTATS OBJECTIVABLES D'EMPRENDRE COM A DONA

Malgrat que ser dona i emprenedora no conforma un perfil homogeni ni clarament definit, es detecten alguns trets actitudinals que resulten habituals en el col·lectiu, i que són fruit tant del procés de socialització de gènere com del context cultural, polític i socioeconòmic on la dona es mou.

“Les dones som diverses entre nosaltres, però hi ha més coses que ens uneixen a tu i a mi o a tu i la Isabela, que a la Isabela i el seu company d'Equador. Hi ha patrons entre les dones emprenedores que es repeteixen perquè hi ha una estructura patriarcal que ens condiciona. Ser dona no és condició suficient, i segons el sector d'activitat que et moguis o el context on estiguis, seràs més d'una manera o d'una altra”.
—**Experta Formació i Cooperativisme**

Són trets actitudinals que s'acaben convertint en dificultats objectivables i en limitacions per concretar i la consolidar els projectes d'emprenedoria femenina:

- a) Baixa confiança en les pròpies capacitats.
- b) Contenció del risc personal i econòmic.
- c) Preocupació per la repercussió de l'activitat emprenedora en l'entorn familiar.

Baixa confiança en les pròpies capacitats

Les dones tendeixen a dubtar més que els homes de les pròpies capacitats i es mostren més exigents amb si mateixes. I les que hi confien, mostren certes reticències a manifestar-ho de forma oberta perquè, d'alguna manera, socialment està mal vist (es pot percebre com una mostra de prepotència).

“Un gran fre en les dones són les pors, i la primera és **la por tècnica**. És que jo d'això no en sé, m'he de formar, i formar, i formar...”. —**Experta Formació**

“A les formacions venen més dones, perquè **són més conscients que els homes de les seves pròpies carències** o s'autodiagnostiquen millor en aquest sentit. Fins i tot quan busquem mentores ens costa trobar-les, perquè moltes et diuen que **no es veuen capaces**. En canvi, no hi ha cap home que m'hagi qüestionat la seva pròpia capacitat. És un tema d'auto percepció. Però també de **falsa humilitat**, perquè està com mal vist en una dona dir: soc molt bona en això”.
—**Experta Acompanyament**

“He podido comprobar que **los hombres suelen sobrevalorarse, mientras que las mujeres tienden a infravalorarse**”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

“Jo no era conscient que era empresària fins que m'ho vàreu dir vosaltres, perquè **jo no en sé de muntar empreses**. Jo vaig muntar una consulta amb la voluntat de fer una medicina més propera, més natural, i després la cosa ha anat creixent de forma natural”. —**Emprenedora Serveis**

“**No sé si jo us podré ser de gaire ajuda en aquesta recerca sobre dones emprenedores**”. —**Diverses emprenedores de diferents sectors i, fins i tot, alguna experta**

Aquestes inseguretats de la dona emprenedora es veuen generades i potenciades per diferents circumstàncies:

- L'absència de referents femenins en el món empresarial (i en esferes de poder en general), la qual cosa promou que les dones creixin normalitzant l'assumpció del seu rol secundari. En els casos en que no sigui així, es veuen en la necessitat d'haver de demostrar constantment la seva vàlua.

“Hay falta de referentes femeninos. Aunque nos pongamos a pensar, se nos ocurren pocos referentes en el mundo empresarial. Y si hablamos de inventoras e ingenieras ya ni te cuento...”. —Experta Xarxes

“Una de las carencias de las mujeres en el espacio público es la falta de referentes femeninos de liderazgo, en la cadena^a de autoridad, para aprender unas de otras”. —Emprenedora Base Tecnològica

“Nos faltan referentes y eso hace que tengamos que demostrar continuamente que sí podemos”. —Emprenedora Base Tecnològica

- La manca de cultura empresarial en clau femenina. És a dir, la permanència de convencionalismes socials que, en l'imaginari col·lectiu, dibuixen el món empresarial en clau masculina.

“A la gent encara li sorprèn que, com a dona, vulguis muntar un negoci, perquè històricament els jefes sempre han estat homes”. —Emprenedora Manufactura

“La societat encara no educa per a que les dones tinguin el poder de fer coses, enlloc que els altres els hi diguin el que han de fer”. —Emprenedora Manufactura

“Jo sincerament en el meu entorn com a artesana, dona, emprenedora, no crec que hagi cap diferència entre un home i una dona que facin sabates. Una altra cosa és en el món empresarial en el que sí sembla que domina encara el patriarcat”. —Emprenedora Manufactura

- Les actituds existents en l'entorn professional, especialment en sectors més masculinitzats: sovint les dones emprenedores es queixen que són tractades amb una barreja de desconfiança, condescendència i paternalisme.

“Quan vas a la fàbrica, et diuen «nena» i et miren de dalt a baix”. —Emprenedora Manufactura

“Quan vam començar, a part de dones també érem joves, doble problema, i això feia que la gent ens respectés menys, especialment homes, que de seguida que hi havia algun problema amb una peça, se't posaven a cridar enmig de la botiga”. —Emprenedora Comerç Minorista

“Nosaltres érem noies joves i els comercials que teníem llavors, tots homes, ens tractaven com si fóssim una miqueta tontetes, com si no estiguéssim en el mateix món que ells... Ens tractaven en plan: jo soc un professional i tu estàs jugant a nines”. —Emprenedora Comerç Minorista

“Als homes d’una certa edat els agrada apadrinar, **els hi surt la part paternal**, però com jo m’ho prenc a conya, m’aprofito. Amb homes més joves també passa que **et diuen el que has de fer**, no és tan amorós com l’home gran, però en el fons és el mateix”. —**Emprenedora Manufactura**

“Sufrimos **más discriminación** y, por tanto, **más barreras**, de eso no tengo ninguna duda. De entrada, las mujeres somos **menos creíbles** y, por tanto, tenemos **más dificultades de financiación**, y más en un tema tecnológico. Estoy segura de que **no nos toman igual de en serio** que si fuera un hombre el que llegara con una plataforma *online*”. —**Emprenedora Base Tecnológica**

“Creo que esto no ocurre solo en el sector empresarial, sino que en todos los ámbitos de poder el ser mujer no ayuda. Y, aunque **el sector tecnológico está muy masculinizado**, no creo que sea el peor. De hecho, en este sector, las mujeres cobran más que en otros, hay menos brecha salarial. Pero eso no quita que **a veces te sientas muy sola y muy diferente**”. —**Emprenedora Base Tecnológica**

“Per a una dona tecnològica en general, i més si és emprenedora, és veritat que aquest és un sector molt masculinitzat. Tot són tios encorbatats, calbs i amb americana. A mi això no em sembla que sigui precisament innovació... Últimament han donat molts premis a dones, com per dir que ens valoren més, però no sé si és veritat. Hem de justificar-nos, perquè de vegades no s’ho creuen, però amb quatre paraules ben dites, l’altra persona ja veu que en saps. A la meua empresa el productor és un noi, i totes les de desenvolupament i recerca som ties, i al principi els clients no s’ho creuen”. —**Emprenedora Base Tecnológica**

Com a resposta a determinades reaccions en sectors altament masculinitzats, la dona adopta una actitud a la defensiva.

“Les primeres dones en un determinat sector sempre **s’han de posar una cuirassa per sobreviure** en un món on es treballa amb un estil marcadament masculí. Per sort, amb el pas dels anys, i gràcies a les dones que ens han precedit, aquesta cuirassa es pot anar diluint”. —**Emprenedora Altres Serveis**

“Cuando estoy en modo trabajo, pierdo la vergüenza, y **soy todo lo agresiva que tenga que ser para conseguir lo que quiero**. Eso a los hombres les choca bastante y hace que me escuchen, porque se sienten identificados”. —**Emprenedora Base Tecnológica**

- La manca de suport i confiança per part del seu entorn més proper, degut a que a nivell social encara no s’ha normalitzat la figura de la dona emprenedora. Aquest fet pot minvar de forma significativa la seva empenta, perquè la dona tendeix a buscar el consens amb les persones que l’envolten i la seva aprovació.

“A veces en casa tampoco nos ayudan. De repente el parejo te dice: **¿te lo has pensado bien? ¿Serás capaz?** Muchas veces es también tu padre, tu madre... Por suerte, en mi caso, mi marido me dio apoyo, pero no todos están allí. Estamos metidos en el miedo”. —**Experta Xarxes**

“Malgrat hi ha diferents perfils d’emprenedora, hi ha temes molt comuns i molt femenins. Et diria que, en general, les dones emprenedores tenen **sensació d’abandonament familiar**. Quan arriben tard a casa totes tenen la mateixa manca de suport de l’entorn”. —**Experta Acompanyament**

“També hi ha la por social. És que a casa meva no m’entenen, sóc un fracàs... Reben molta canya perquè **no hi ha acceptació social que la dona emprengui**”. —**Experta Formació**

“Cuando les decía a mis amistades que quería montar una empresa **me decían que estaba loca, se reían**. Luego me di cuenta de que ellos creían que yo no podría porque ellos no lo habían hecho”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

“No ha faltat mai qui t’ha dit **que estaves boja per deixar una feina fixa i muntar-te la teva pròpia empresa, o qui sempre es creu en el dret de dir-te com has de fer les coses**”. —**Emprenedora Manufactura**

Cal dir, tanmateix, que alguna de les entrevistades ha reconegut que emprendre constitueix una activitat absorbent que fàcilment altera les relacions familiars:

“Yo creo que los emprendedores somos muy invasivos, porque nos pasamos el día hablando de lo mismo, y esto hay que reconocerlo, porque tu entorno tiene que tener mucha paciencia”. —**Emprenedora Manufactura**

D’altra banda, sembla que la baixa confiança en les pròpies capacitats provoca que, en ocasions, les dones emprenedores:

- Mostren certa dificultat per comunicar amb assertivitat i vendre de forma efectiva el propi projecte d’emprenedoria: convertir-se en el focus d’atenció les fa sentir vulnerables i jutjades.

“Nos incomoda muchísimo ser el centro de atención, estar bajo los focos. El exponernos nos cuesta”. —**Experta Xarxes**

“En España, en general, no nos educan para saber comunicar. Y además, la mujer no es echada para adelante en este sentido. **El miedo escénico se multiplica en la mujer**. Si no sabe hablar en público, tiene cuatro veces más miedo que el hombre, que en general se atreve más. Pero **es un tema educacional que se puede superar**. Yo tenía miedo escénico hasta hace 5 años”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

- Els hi costi donar el pas d’engegar el negoci i de sortir a vendre, i que s’entossudeixin en realitzar continues formacions.

“La gran pregunta suele ser: ¿Seré capaz? Las mujeres en general pecamos de auto exigencia. Tiene que ver con **inseguridades, dudas**, al final es una emoción que lo cubre todo. A veces, te dicen: voy a hacer un curso de esto o de lo otro. Y está muy bien que hagas todos los cursos que quieras, pero...¿cuándo te vas a poner a emprender? **¿cuándo vas a dar el paso?**”. —**Experta Xarxes**

“Hi ha un percentatge important de dones que **els costa molt sortir a vendre i que s’enganxen en formació i més formació** per evitar donar el pas, perquè sovint les dones gestionen malament aquesta exhibició. **Els espais públics estan ocupats per homes**, i tu has de vendre i has de negociar en aquest entorn”. —**Experta Acompanyament**

“Hi ha tot un grup de gent que va rondant i **es va formant i entra en un bucle de no decisió**. I es passen 2 o 3 anys formant-se. Entren en un **cercle de por tècnica**. Aquí sí que es podria fer una feina excel·lent tipus *executive*, tipus màster, fent un programa amb *coaching* i *mentoring* d’acompanyament real. Perquè es van aturant i formant. És una de les pors. Ficar-hi excuses. I com que hi ha tanta formació gratuïta, **van buscant inspiració**”. —**Experta Formació**

- Manifestin una major contenció del risc, tant a nivell personal com financer.

Contenció del risc personal i econòmic

En general, les dones adopten una actitud de certa prudència en els seus projectes d’emprenedoria, fet que minva les possibilitats futures de creixement del seu negoci o que, fins i tot, pot arribar a impossibilitar la concreció i materialització del seu projecte.

Aquesta cautela queda palesa en les següents actituds específiques:

- Tendeixen a emprendre en entorns coneguts i familiars (sectors que coneixen bé, àrees geogràfiques on viuen, etc.) i a mostrar certes reticències a ampliar el negoci, tant en dimensions com en àrea geogràfica.

“Sovint fan alguna cosa relacionada amb la seva formació o experiència prèvia o àrea. I també tendeixen a ser molt locals, però no pensen que potser el seu somni no està al seu barri... Són molt tancades a les coses poc conegudes”. —**Experta Formació**

“Una cosa que els hi passa molt a les dones es que no creixen en evolució del seu negoci. Es queden en la seva auto-explotació o en un cert modus vivendi per no complicar-se més. Passar de dos forns a un tercer, per exemple, és complicat. Quan els planteges que la teva fórmula funciona et venen dient que no tenen temps... que dos forns els poden portar, un ella, l’altre la cunyada, però que obrir-ne un tercer ja és complicar-se massa la vida”. —**Experta Acompanyament**

- Es plantegen una menor ambició econòmica en la seva aventura emprenedora (menor exigència de creixement del negoci) perquè, en l’imaginari col·lectiu, perviu la creença que l’aportació econòmica de les dones a l’economia familiar és secundària.

“Moltes acaben veient la seva activitat com a **subsidiària** dintre del que són els ingressos familiars, perquè elles mateixes assumeixen, de manera inconscient, que **els seus ingressos són secundaris en l’economia de la llar**. I llavors diuen: ja està bé així, no cal complicar-se... Per tant, que et posis d’aquesta manera en segon pla afecta totalment el resultat”. —**Experta Acompanyament**

“A las mujeres nos han inculcado el tema de la maternidad, quedarnos en casa y que nuestro sueldo es de relleno. Quitar esta lacra no va a ser nada fácil. Confío que la nueva generación va a ser más valiente”. —**Experta Xarxes**

- Gestionen la pròpia activitat econòmica des de l'estalvi, no des de la inversió. Això significa que sovint, a l'hora de fer tangible el projecte i posar en marxa l'empresa/negoci, mostren certa tendència a subcontractar els mínims serveis possibles i a fer-ho a preus assequibles (i sovint a persones de l'entorn més proper).

“Gestionem la nostra activitat econòmica **des de l'estalvi, no des de la inversió**. Si m'han de fer la web, que me la faci una amiga, que potser serà més cutre, però amb això ja vaig fent... Quan, en realitat, el que hauríem de fer per la viabilitat del nostre projecte és tenir una web de conya. I si fa falta invertir, doncs fer-ho. Això fa que els nostres projectes es quedin més petits. Hi ha menys desig de créixer in eternum”. —**Experta Formació i Cooperativisme**

“Yo lo que hice fue **buscar a gente de mi entorno más cercano que supiera de cosas que yo no sé**. Busqué un experto en marketing, otro que sabía de páginas web. También consulté la viabilidad del negocio con un par de empresarios que conocía. Y pedir ayuda a esta gente que sabe te hace sentir más tranquila”. —**Emprenedora Manufactura**

“No hem hagut de contractar gent externa, **tot ha estat amb ajuda d'amics, de gent que coneixíem**, des del projecte per les obres del local fins a temes de decoració, de publicitat... I els proveïdors són els que ja coneixien els meus pares, que sempre han tingut restaurant”. —**Emprenedora Hostaleria**

- En major mesura emprenen amb els seus propis recursos econòmics o amb ajuts familiars, però no demanen finançament bancari. En tot cas, el limiten al màxim.

“Quan les dones fan una anàlisi per tirar endavant el seu projecte tenen clar el que necessiten, però **quan arriba la part financera ajusten el seu projecte als diners que elles tenen**. I costa molt que se'n adonin que aquest ajust està posant en perill la viabilitat de la seva empresa. (...) Sovint ens trobem que les dones **no arriben a demanar finançament**, i així no emprenen o ho fan amb **menys capacitat d'èxit**”. —**Experta Acompanyament**

“Las mujeres **pedimos poco**. La proporción creo que es 20/80. **Somos timoratas**. Nos cuesta creer en nosotras, dar el golpe, el paso. Por supuesto no es por falta de capacidades, sino de confianza. Hay que trabajarlo mucho todo esto”. —**Experta Xarxes**

“Per a la inversió inicial, ens va ajudar el meu pare. I com que vivíem a casa dels pares, doncs vam estar uns tres anys sense cobrar res per a poder tornar-li els diners”. —**Emprenedora Comerç Minorista**

“Ho vaig començar amb **recursos propis**. En aquell moment tenia uns diners, perquè m'havien despatxat de l'empresa on treballava i, a més, havia rebut una petita herència dels meus pares”. —**Emprenedora Manufactura**

Aquesta contenció davant l'assumpció de riscos en el pla financer està relacionada amb la baixa confiança en les pròpies capacitats, en l'absència de referents femenins en posicions de lideratge i en el baix valor social atorgat tradicionalment a les activitats dutes a terme per les dones.

“Això no significa que tinguin aversió al risc, perquè una persona que posa els seus estalvis, tot el seu temps i els seu coneixements en un projecte està assumint un risc enorme. El que no fa és demanar finançament”. —Experta Acompanyament

“Les dones som especialment prudents en el tema del finançament, i això amaga unes pors tremendes, i el que realment estàs dient es que no acabes de creure en el teu projecte. Això té a veure amb un tema cultural, de falta de confiança en tu mateixa, en la teva capacitat de comunicació, de negociació, i també té a veure amb el valor social que se li dona a tot el que fan les dones”. —Experta Acompanyament

Preocupació per la repercussió de la seva activitat emprenedora en l'entorn familiar

Com succeeix amb el conjunt de les dones, les emprenedores es veuen sotmeses a una forta pressió social per assumir la responsabilitat de les tasques de cura dels fills i els familiars dependents així com les tasques de reproducció domèstica. És a dir, pateixen una doble càrrega de responsabilitat —la professional i la familiar— i sovint no reben el recolzament que necessiten per part de la seva parella/entorn familiar.

“Hi ha coses que els homes donen per suposat i les dones assumeixen com a pròpies, que són les tasques de cura de la llar, la família i les persones dependents. Això té a veure amb la socialització que hem tingut i que la cultura reforça. En el cap de les dones està la responsabilitat cap a les seves criatures perquè se li inculca socialment, i això sovint la culpabilitza. S'ha de treballar cap a la coresponsabilitat, i no parlo de la conciliació. Les criatures són dels dos”. —Experta Acompanyament

“Jo crec que el principal inconvenient de les dones emprenedores és la gestió familiar. L'emprenedoria requereix de molt esforç, molt sacrifici, molta energia que a vegades no tens, i conciliar això amb la vida familiar és complicat”. —Emprenedora Manufactura-Cooperativa

“Jo crec que el tema de la falta de conciliació és la principal queixa de les dones, treballis en una empresa o siguis emprenedora”. —Emprenedora Base Tecnològica

“Tots hem rebut una educació de l'època en que hem nascut... a mi em deien: *tu no et pots queixar, que el teu marit t'ajuda molt*. Però... què vol dir que m'ajuda molt??!! Hi ha coses que les fas per amor, altres per rols establerts, per no entrar en conflicte... Però hi ha coses que et dol molt que estiguin tan incrustades i que costi tant trencar amb això”. —Emprenedora Altres Serveis

“Jo ara em trobo en un moment difícil, perquè vaig ser mare fa un any i li he de dir a la meua parella: *cariño, yo te quiero mucho y sé que tú también trabajas, pero yo tengo una empresa con varias personas a mi cargo... Ya mi hija la quiero mucho, pero también es tu hija... Tot això està essent, ara mateix, un drama i una cosa difícil de gestionar...*”. —Emprenedora Manufactura

“El que més em va col·lapsar va ser conciliar la vida privada amb la professional, és el més dur de tot. Per mantenir aquest equilibri has de tenir el cap molt ben moblat”. —Emprenedora Altres Serveis

Degut a aquesta pressió social per assumir la responsabilitat de les tasques de cures, les emprenedores perceben que ser mare de família i empresària requereix una gran capacitat d'organització i gestió, no només del propi temps, sinó del de tota la família, inclòs el de les parelles.

“Jo crec que al final les dones sempre ens en sortim, perquè som imaginatives i som molt pràctiques, i ens sabem organitzar. I també els organitzem a ells, els marits: els organitzem els seus horaris, perquè si no, no arribarien”. —Emprenedora Altres Serveis

Una capacitat que, des de la perspectiva de les dones empresàries, també tenen els homes en les seves respectives feines, però que, en la majoria de les famílies, semblen no saber aplicar en tot allò relacionat amb la cura de la llar i dels fills i filles.

“Es verdad que nosotras tenemos esa capacidad de organización. Lo que yo echo en falta es que los hombres tengan en su casa y en lo relacionado con su familia esa capacidad de organización y de ser proactivos que tienen en su trabajo”. —Emprenedora Manufactura

Tot plegat acostuma a provocar un desgast de la dinàmica familiar i de la relació de parella perquè, encara avui, la distribució dels rols de gènere situa la dona al capdavant de la cura de la llar i de la família.

“Encara hi ha la creença que la dona no pot estar tantes hores treballant fora de casa, i quan ho està, sorgeixen els problemes de desgast de la família i de la relació amb la parella”. —Emprenedora Hostaleria

En aquest sentit, les vivències i percepcions de les emprenedores entrevistades semblen apuntar que els problemes de conciliació familiar van més lligats a l'actitud i la manca de recolzament de la parella que no pas als fills/filles, i posa l'èmfasi en l'actual manca de coresponsabilitat en relació a la cura de la llar i la família.

“A la hora de conciliar, el problema no son los hijos, sino los maridos, porque los hijos entienden. Mira, en una pareja, en el caso de que el hombre quiera montar una empresa, la mujer le apoyará y hasta hipotecarán la casa. Pero si es al revés, el hombre le monta un pollo tremendo... Cuando vivía con mi primer marido, quise trabajar en la Agencia Espacial Europea. Yo pensé que algo así, tan potente, le gustaría. ¡Pues no! Se puso como una moto...”. —Emprenedora Base Tecnològica

“Quan vam posar en marxa el meu negoci, els meus fills tenien nou i deu anys, i em van recolzar des del principi. I ara me'n adono que el fet de no tenir parella va ser un avantatge, perquè no hi havia ningú que em posés males cares. Estic segura que, si no m'hagués separat del meu ex marit, no hagués pogut emprendre”. —Emprenedora Altres Serveis

“Treballo de 9 del matí a quasi les 9 del vespre, i quan arribo a casa, encara he de fer sopar pel meu marit i per mi, dutxar els nens, ajudar-los amb els deures, motxilles, rentadores, etc...”. —**Emprenedora Comerç Minorista**

“Es podrien fer moltes coses amb **coresponsabilitat**. Però ara mateix encara **falta molta comprensió i empatia per part dels homes**, i a les dones ens falta confiança en nosaltres mateixes”. —**Emprenedora Altres Serveis**

Tot plegat té clares conseqüències en la gestió de l'emprenedoria per part de les dones:

- Disposen de menys temps i energia per fer créixer el seu negoci.

“El fet que **dediquem més hores a la cura** significa que tot el *network* professional que has de fer no l'estàs fent. Aquí hi ha renúncies també com a dones”. —**Experta Creació i Acompanyament**

“Si tens un familiar malalt, et tornes boja perduda. Amb els fills passa el mateix. **El tema domèstic i familiar és un xuclador d'energia absolut**”. —**Experta Creació i Acompanyament**

“Si la dona té fills hi ha una limitació horària. Són **temes de conciliació, de coresponsabilitat**. Si el nano està malalt qui deixa la feina primer és ella perquè total tu estàs empenent i el negoci és teu. Moltes vegades hi ha una font d'ingressos a la casa i l'emprenedoria d'ella és un a més a més. Ja no ens ho prenem tan en serio, és com de segon nivell”. —**Experta Formació**

- El fet d'haver de ser polivalents es pot convertir en una dificultat afegida per destacar en algun dels àmbits on s'actua.

“En general les dones ho tenim més difícil perquè **tenim més fronts oberts**, som molt més polivalents, però si no et focalitzes també **costa més acabar en punxa i destacar**”. —**Emprenedora Comerç Minorista**

- Compaginar la maternitat amb l'emprenedoria comporta, en alguns casos, que la dona opti per renunciar a una part de la baixa per maternitat.

“Com autònoma, el tema de la conciliació familiar és una cosa difícil de gestionar. Jo tinc dues criatures i amb cada una **només em vaig poder agafar un mes de baixa**”. —**Emprenedora Altres Serveis**

- La dificultat per conciliar la carrera professional amb la vida familiar i, en concret, amb la cura dels fills, genera sentiments de certa culpa i malestar.

“Reunió a l'escola, no puc anar; partit de futbol del nen, no puc anar; concert, no puc anar... Tot això et fa un **desgast emocional important**, i sentiment de culpa. Però crec que és culpa nostra, també t'ho dic”. —**Emprenedora Comerç Minorista**

“De vegades tinc la sensació que jo no puc treballar, que no puc tenir la meua empresa, perquè he de cuidar de la meua filla, he de cuidar de la meua mare, he de cuidar de la meua germana, he de fer la compra...i de vegades em sembla que és culpa meua, perquè jo sola em carrego amb tot i em penso que puc amb tot, però no és així”. —**Emprenedora Comerç Minorista**

- La suma dels sentiments de culpa i malestar, junt amb la manca de coresponsabilitat per part de la parella, fa que de vegades la dona acabi renunciant a l'empresa perquè s'entén, s'accepta i, de vegades, es mira amb bons ulls que ella acabi decidint quedar-se a casa cuidant de la família.

“Els moments per tirar la tovallola són molt més freqüents en les dones perquè tenim l'**alternativa de quedar-nos a casa** i és un projecte vital important que és la teua família. Mentre que un home no pot fer-ho perquè no està ben vist que tingui l'alternativa que nosaltres tenim. I ens agradi o no, això és així. Tenim aquesta alternativa que la societat ens la reconeix i a un home no”. —**Experta Formació**

“Yo creo que, en muchos casos, **la mujer acaba renunciando a hacer cosas**, porque el corazón no nos deja, porque apoyamos al marido y a los hijos, por no tener problemas. Pero la mujer que realmente quiera ser emprendedora, si no lo hace, al final se sentirá muy frustrada”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

“Tot això fa que **les dones tendim a autolimitar-nos** en els nostres projectes professionals per tenir cura de la família”. —**Emprenedora Hoteleria**

“Una cosa muy importante es el apoyo de la pareja. Creo que una de las elecciones más importantes en la vida es elegir quién te va a acompañar en el viaje. Porque **si tu pareja te bloquea, la mujer, con tal de no romper la familia, va a acabar renunciando**”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

En definitiva, i tal i com apunten les expertes, sembla que mentre la càrrega de la feina física i mental de les tasques de cura i de reproducció domèstica no sigui compartida (coresponsabilitat), les dones seguiran trobant-se en desavantatge en el món professional, sigui com a emprenedores o com a assalariades.

“**La dona emprenedora té dues empreses: l'empresa de fora i l'empresa de casa seva.** És un *handicap* molt gran. Jo no veig la llum ni per les emprenedores ni per les directives ni per cap dona que treballi fora de casa. **Fins que aquesta càrrega mental no canviï de mans seguirem igual.** Són moltes coses”. —**Experta Acompanyament**

Malgrat les dificultats i limitacions a les que s'enfronten les emprenedores, el fet de ser dona té també algunes **implicacions positives** que poden, en un moment donat, convertir-se en avantatges competitiu en el món empresarial:

- **Habilitat per a les relacions humanes.** Fruit del procés de socialització, els estereotips de gènere transmesos a les dones fan que desenvolupin en major mesura certes habilitats socials com són la capacitat de comunicació amb altres persones, empatitzant i despertant empatia. En aquest sentit, la seva forma de relacionar-se a nivell professional (més dialogant) afavoreix l'entesa amb altres actors.

“Crec que per la nostra educació, tenim més **capacitat de comunicació**, acostumem a parlar més. I també a dir les nostres febleses; i això uneix, es creen certes **empaties**. Si haguéssim sigut quatre homes amb traje no ens hauríem caigut tan simpàtics”. —**Emprenedora Manufactura-Cooperativa**

“El nostre parlar acostuma a ser **més dialogant**, i això fa que les **relacions siguin menys tenses**, no el típic enfrontament entre gallitos”. —**Emprenedora Altres Serveis**

- **Visibilitat des de la diferència.** De vegades, un entorn masculinitzat afavoreix que les dones es facin més visibles i aquesta major visibilitat es pot convertir en un valor diferencial.

“Crec que la minoria sempre té un punt dificultós, però també **avantatjat**, té un punt graciós. En una població petita quan hi ha un immigrant fa gràcia, quan n'hi ha cent, fa por. És l'**avantatge de la diferència**. Jo m'he sentit més respectada en el món de la construcció, on hi ha menys dones, que en el de l'empresa, on el masclisme és igual de fort, però és més subtil, i això el fa més perillós”. —**Emprenedora Manufactura-Cooperativa**

“El fet que els homes vagin vestits de pingüí, tots amb el típic traje, els unifica molt i això els distancia. En canvi, nosaltres, **les dones, som molt diverses**”. —**Emprenedora Altres Serveis**

- **La maternitat com a motor.** Malgrat les dificultats derivades de la manca de coresponsabilitat, algunes de les dones emprenedores entrevistades comenten que la maternitat ha suposat, en la seva carrera professional, una font de fortalesa per tirar endavant i una escola d'habilitats molt necessàries per triomfar com a emprenedora.

“Desde que soy madre soy mejor profesional, porque he aprendido a **priorizar**, **tomo las decisiones más rápido**, he aprendido a **negociar**, a **empatizar**... En suma, he adquirido unas habilidades que antes no tenía”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

“A mi **tenir una filla m'ha donat una força que no tenia**. Crec que és per dues coses. Una, perquè desplaça l'eix, i l'altra és que **tu passes a ser un referent**. La meua força surt de quin referent li vull donar a la meua filla com a dona en el món. Això a mi em genera molta força i aquest és el motor que em tira”. —**Emprenedora Manufactura-Cooperativa**

07.5 PERFILS D'EMPREDORA: EL PUNT DE PARTIDA I LES MOTIVACIONS COM A VARIABLES CLAU

No podem parlar de les dones emprenedores com si es tractés d'un col·lectiu homogeni, perquè hi ha diferents perfils que es defineixen d'acord a dues qüestions fonamentals: per una banda, el seu punt de partida i, per l'altra, les seves motivacions per emprendre.

Tenint en compte aquestes variables clau, i en línia amb la percepció de les expertes consultades, es detecten dos perfils majoritaris:¹⁰

- a) **Emprenedora funcional.** Emprèn com a resposta a una necessitat d'aconseguir un *modus vivendi*, ja sigui perquè està a l'atur o perquè es troba en una situació laboral precària.

“Muchas emprenden **porque no tienen más remedio, no porque quieran**”.
—**Experta Xarxes**

“Hi ha moltes dones que emprenen perquè estan absolutament **explotades a la seva feina** i per a elles **emprendre és una sortida**. També hi ha tota la gent que s'ha autoocupat en els anys de la crisi. La majoria emprenen **per necessitat**”.
—**Experta Acompanyament**

“Jo pel meu compte no m'hi hagués atrevit mai, però **quan em van fer fora de l'empresa**, va ser quan vaig veure que havia arribat el moment”. —**Emprenedora Manufactura**

- b) **Emprenedora vocacional.** Emprèn com a resposta a un desig de creixement professional i/o d'ambició personal.

“Hi ha un grup que emprèn per **motivació**, per fer les coses a la seva manera, perquè vol crear, perquè és una **dona tecnològica o de salut**. És gent amb **feines qualificades** que detecta oportunitats. Això és una altra pel·lícula”. —**Experta Acompanyament**

“Jo **sempre m'he sentit emprenedora**, i això significa que vols organitzar-te la vida com vols i fer el que t'agrada i **no dependre de ningú**. Hi ha gent que és més de tenir una nòmina. Jo prefereixo **fer les coses com a mi m'agrada**, manar...”. —**Emprenedora Altres Serveis**

Encara que en tots dos casos es requereix detectar una oportunitat de negoci, s'observa que quan el projecte d'emprenedoria respon a una necessitat personal material (**emprenedora funcional**), les circumstàncies econòmiques de partida acostumen a ser poc favorables i això pot precipitar el procés de creació de l'empresa i reduir-ne la probabilitat d'èxit. En canvi, quan la dona emprenedora identifica una oportunitat, coneix el mercat i treballa el projecte des d'una reflexió sòlida i profunda, és més fàcil que el projecte funcioni, i això és més habitual que es doni en el cas de l'**emprenedora vocacional**.

¹⁰ Es tracta de **perfils purs**, definits en base a factors circumstancials i a trets actitudinals. Això significa que cal considerar-los com a punts de referència i no com a etiquetes inflexibles on han d'encaixar a la perfecció totes les dones emprenedores de Barcelona.

“La situació de partida ideal és quan **tu decideixes deixar la teva feina**, tens estalvis, has analitzat les teves oportunitats i empres. Això és fantàstic. En canvi, quan tinc la urgència d’uns ingressos, potser no tinc el temps d’esperar i he de tirar-ho endavant, i aquí hi ha més risc”. —**Experta Acompanyament**

Per aquest motiu, algunes de les expertes consultades insisteixen en la importància de saber detectar en les dones que busquen la seva ajuda professional per emprendre, si compten o no amb una motivació sòlida i amb la força i l’empenta per fer-ho. Només d’aquesta manera podran oferir a cada una d’aquestes emprenedores el suport més adient.

“Per estar segurs que es tracta d’algú que vol emprendre de veritat primer hem de mirar-li als ulls i **ha de tenir il·lusió**. Un empreneur és un somni. És un **camí molt solitari**, només es reforçarà quan és un propòsit, quan és un sentit”. —**Experta Formació**

07.5.1 Emprenedora funcional

Es tracta d’un perfil que es planteja crear el seu propi negoci no tant com un projecte vital ni com una resposta a un desig de creixement o a una ambició, sinó més aviat com una alternativa a tenir una “bona feina” per compte aliè, que li proporcioni estabilitat econòmica i conciliació amb la vida familiar. En general, es tracta d’un perfil d’emprenedora que, en la majoria dels casos, necessita més orientació, més suport formatiu i un seguiment més acurat per tal d’assolir l’èxit empresarial o, com a mínim, no fracassar abans dels primers 3-4 anys d’aventura empenedora.

Les emprenedores funcionals conformen un perfil relativament heterogeni quant al nivell formatiu i trajectòria professional prèvia, però coincideixen en el fet que la motivació real per emprendre és donar resposta a alguna de les següents problemàtiques:

- Estan desocupades i tenen dificultats per trobar feina degut a la seva edat i/o a limitacions formatives.
- Es troben en una situació laboral activa (treballen per compte aliè) però precària i pensen que empenent podran millorar la seva situació econòmica i/o podran assolir una flexibilitat que els permetrà tenir un major control sobre el seu temps.

“Quan ens arribem les dones a l’associació podem observar que aproximadament un 30% són emprenedores de veritat, i **un 70% que no estan en el moment d’emprenre**, i que en realitat busquen una **solució a un problema**”. —**Experta Xarxes**

“Emprenden porque **no encuentran un trabajo que sea compatible con la vida familiar**, porque por la edad o por falta de una mejor preparación **tienen dificultades para encontrar un nuevo empleo**. Que verdaderamente quieran ser empenedoras son un porcentaje muy pequeño. La mayoría empenre **por necesidad**”. —**Experta Xarxes**

“Les motivacions per emprendre en aquest perfil són molt variables...Estar a l'atur, separació, jornades no satisfactòries que no permeten conciliar... O són dones que no troben cap feina, porten a l'atur molt de temps i no tenen una sortida laboral. També hi ha el cas de la que s'allunya temporalment del mercat laboral quan és mare, i quan torna es troba amb que és un dinosaure”. —**Experta Acompanyament**

“Moltes tenen un nivell mig o baix de qualificació, hi ha poques universitàries. Tenen entre 35 i 40, tenen càrregues familiars, fills. Han treballat molt, tenen un ofici, tot i que hi ha un grup que no tenen un ofici clar i que han anat treballant en el que han anat trobant”. —**Experta Acompanyament**

“La gent és molt conscient que a través de la emprenedoria no conciliarà perquè ha de dedicar més hores, però sí podrà tenir una major flexibilitat, un major control sobre el seu temps laboral, sobretot si no té persones al seu càrrec. (...) Hi ha aquest desig de flexibilitat i de tenir més control sobre el seu temps”. —**Experta Acompanyament**

07.5.2. Emprenedora vocacional

Malgrat algunes particularitats específiques que veurem més endavant, les emprenedores que encaixen en aquest perfil tendeixen a presentar les següents característiques:

- Són dones inquietes, creatives, ambicioses i que es mouen amb determinació.
- La seva motivació per emprendre no és buscar resposta a un problema o una necessitat, sinó créixer professionalment i sentir-se realitzades.
- Sovint provenen d'entorns socioeconòmics més afavorits, fet que els ha permès accedir de forma més fàcil a una formació superior i de qualitat.
- Compten amb una xarxa de contactes en posicions de poder en el món empresarial, saben on buscar suport quan el necessiten i acostumen a aconseguir importants quantitats de finançament, ja sigui d'inversors privats com d'entitats bancàries.

“Hi ha un perfil alt, que és la gent **que surt d'ESADE**, gent universitària, gent que ha muntat més d'un negoci, gent amb màsters, gent que té clar que **no vol treballar per a un tercer**. És gent **molt preparada**. Aquest perfil **té claríssim on anar**: ACCIÓ, Cambra de Comerç, etc. Van buscant recursos on sigui perquè **la motivació és altíssima i el business plan està claríssim**. Aixequen rodes de finançament de desenes o centenars de milers d'euros”. —**Experta Formació**

“Dones **qualificades** amb entorns potents, amb **referents femenins potents**... I la **formació** és clau, perquè et dona un esquelet sobre el que construir. L'entorn econòmic del que parteix aquesta emprenedora acostuma a ser molt diferent. És un perfil més alt en totes les variables: **diners, formació, experiència en el món empresarial**”. —**Experta Acompanyament**

“Són dones molt **inquietes**. S’ho qüestionen tot i tenen moltes idees. El cap es hi va molt ràpid. El procés canvia molt ràpid. Són massa **perfeccionistes**, volen tenir-ho tot ben lligat abans de començar. Són massa **autoexigents**, aquest seria el seu punt dèbil. Els hi ballen les idees dintre del cervell”—**Experta Xarxes**

En alguns relats de les emprenedores que encaixen en aquest perfil s’explica que el detonant per iniciar l’aventura d’emprenedoria va coincidir amb un procés de creixement personal després d’una separació de parella. D’alguna manera, acarar i superar una separació les va fer sentir especialment fortes i capaces d’enfrontar nous reptes.

“Jo feia temps que estava cansada de la meva feina i que volia fer un canvi. Però va ser **quan em vaig separar del meu ex-marit que vaig sentir-me forta per agafar les regnes de la meva vida** també en lo professional”. —**Emprenedora Altres Serveis**

“En el meu cas personal, **separar-me m’ha fet créixer**. He tingut un espai que no tenia, això **m’ha fet creure en mi**. Si jo no hagués cregut en mi no hauria demanat aquell crèdit de 10.000 euros, perquè pensaria que no els podria tornar...”. —**Emprenedora Manufactura Cooperativa**

“Tenia 30 anys, **em vaig separar de la parella**, me’n vaig anar a viure sola i **em vaig posar a treballar pel meu compte**. No vaig tenir por, em sentia **valenta**, soc valenta”. —**Emprenedora Altres Serveis**

“La meva feina no m’omplia i estava cansada de treballar amb el meu marit, entre d’altres qüestions perquè la relació ja feia temps que no funcionava. Així que vaig decidir trencar amb tot: **em vaig separar, vaig deixar la feina i em vaig posar a estudiar** quiromassatge per començar una nova etapa”. —**Emprenedora Altres Serveis**

Dins del perfil d’emprenedora vocacional es detecten tres variants o subperfils, d’acord al discurs i la trajectòria de les emprenedores entrevistades i a la percepció de les expertes:

- a) Dona jove (≤ 30 anys aprox.), amb una formació molt sòlida, inquieta i ambiciosa, sense descendència. Entén l’emprenedoria com la forma natural per a ella de treballar i guanyar-se la vida.

“Perfil més jove, molt preparada, que ha treballat poc, però que té bones idees i està «que se sale». **Aquesta es menja el món**”. —**Experta Xarxes**

“Éstas son las high potencial, tienen unos treinta años o poco menos. Son muy buenas y se creen que se van a comer el mundo, aunque luego se peguen sus primeras hostias”. —**Emprenedora Base Tecnològica** / —**Experta Xarxes**

“**Soy emprendedora nata**. Creé mi primera empresa con 23 años”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

“Siempre había pensado en emprender. Empecé trabajando en una empresa de gestión de datos para utilizarlos para crear negocios nuevos. Intenté emprender dentro de la propia empresa, porque aquello tenía mucho potencial. Pero la empresa tenía otra idea, así que **me fui, me puse por mi cuenta y monté la empresa que tengo ahora**”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

b) Dona una mica més madura (amb o sense descendència), amb una trajectòria professional molt sòlida (càrrecs directius o predirectius) i que, en un moment donat, es planteja que vol crear la seva pròpia empresa per diverses raons:

- En alguns casos desitja evolucionar professionalment davant la percepció d'estancament o de no valoració de la pròpia vàlua per part de l'empresa (sostre de vidre) i/o simplement sent el desig de començar a fer les coses a la seva manera i seguint les seves pròpies regles.

“Per exemple, una directora de màrqueting d'una gran multinacional que diu: enlloc de treballar per una multinacional, puc oferir aquest mateixos serveis de màrqueting des de la meua pròpia empresa”. —**Experta Acompanyament**

“El que influeix és la formació i l'experiència prèvia. A ningú li agrada fer un pas lateral, tothom vol aprofitar d'on ve. Hi ha un perfil d'emprenedora molt clar que és que tinc una formació i experiència, però la feina que faig no és el que vull. No m'hi vull deixar la vida aquí i **vull fer alguna cosa meua que tingui sentit**”. —**Experta Formació**

“Éstas son mujeres de cuarenta y pocos que están hartas de que no las promocionen dentro de la jerarquía empresarial. Han visto pasar por delante a todos los compañeros hombres que son peores que ellas... Éstas tienen contactos, saben de finanzas, muchas han sido directivas... Muchas de recursos humanos, consultoría, comunicación”. —**Emprenedora Base Tecnològica / — Experta Xarxes**

“Són dones més grans, amb trajectòria professional potent o una trajectòria emprenedora. Aquesta se'n sortirà bé. Hi ha alguna cosa que fa de detonant. Moltes vegades és el mal clima laboral o el sostre de vidre que no li permet créixer a l'empresa on treballa”. —**Experta Xarxes**

“Estudié ESADE, trabajé en el mundo de la auditoría, en consultoría y después fui directora general de un servicio médico a domicilio. Pero estaba harta del trabajo que tenía y quería un cambio. Además, estaba segura de que era muy buena en lo mío y de que nunca me iba a faltar el trabajo”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

- En altres casos, es tracta d'una dona que, enfront la seva recent maternitat, busca conciliar vida professional i privada, i per aquest motiu busca una major flexibilitat horària i un major control sobre el seu temps laboral, una fita que en la majoria dels casos no assoleix. De fet, algunes expertes perceben aquesta motivació per emprendre com una trampa perquè en realitat, com a emprenedora, la dona acaba treballant moltes més hores i sense uns horaris clarament definits i delimitats.

“Després hi ha les **directives mares**. Són dones directives que, degut a la maternitat, volen emprendre. **És una trampa**. Van totes equivocades perquè es pensen que si treballen per elles mateixes **tindran més temps, però no és veritat**. Es pensen que això és flexibilitat i quan obres un negoci el temps no existeix”. —**Experta Xarxes**

“Hi ha certa tendència a pensar que si tens tu el teu propi negoci podràs controlar el teu temps, però la realitat és que no és així. El problema és que acostuma a ser un **camí de no retorn**”. —**Experta Acompanyament**

“Li sembla que emprendre és el camí per fer compatibles feina i maternitat perquè ho ha vist en una amiga, o pel que sigui. Però **s'enfonsa perquè prioritza la maternitat i per emprendre has de prioritzar la feina**. Primer t'has de sentir forta com a mare i després ja vindràs a matar. La maternitat sí que et dona un punt de força, però has de deixar passar un temps”. —**Experta Xarxes**

“Empecé a trabajar muchas más horas que antes, pero con la libertad de organizármelo como yo quería, con mis reglas, sin politiqueos. **La flexibilidad horaria la tienes, pero se multiplican las horas de trabajo**”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

- c) Es detecta un tercer subperfil, no vinculat a l'edat, que algunes expertes anomenen el “perfil *startaper*” i que sembla ser molt poc habitual entre les dones perquè opera en el sector tecnològic i respon a un model de negoci d'alt risc i de vida curta, el que s'allunya de la forma habitual de treballar de les dones i dels valors en els que han estat socialitzades.

“El perfil *startup* és **menys habitual entre dones**. Ara n'hi ha més, però és menys habitual perquè hi ha **menys dones tecnòlogues, menys dones matemàtiques, menys dones científiques**. El model empresarial de *startup* és de risc absolut. És com un joc d'aposta. Tu t'hi poses sabent que és un risc d'aposta, i en general la dona acostuma a ser més prudent”. —**Experta Xarxes**

“Mientras trabajaba en una empresa, **invertí en una startup de unos chicos muy jóvenes**. Ése fue mi primer paso en el mundo emprendedor. Al cabo de un tiempo, invertí en otra que me pareció muy interesante. Allí **empecé como inversora** y, al final, me acabé uniendo al proyecto”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

“La mujer tiende más a pedir perdón y a presentar las cosas solo cuando ya **están al 100% preparadas** y cumpliendo todos los requisitos. Pero eso en el mundo de las *startups* no pasa, porque tienes que empezar a buscar el dinero cuando no lo necesitas y cuando todavía no tienes nada tangible, porque lo que vendes es tu misión. El problema es que la mujer tiende a vender lo que tiene, no a dónde va a llegar”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

07.6 REPTES I NECESSITATS EN LES DIFERENTS FASES D'UN PROJECTE D'EMPREDORIA FEMENINA

En el present apartat analitzem els dubtes, els reptes i les necessitats a les que s'enfronten les emprenedores en les diferents fases d'evolució del seu projecte empresarial, posant l'èmfasi en els trets comuns de les emprenedores com a col·lectiu, però assenyalant també certes particularitats per perfil.

S'identifiquen tres fases clau en l'evolució d'un projecte d'emprenedoria:

- Fase de gestació/planificació
- Fase de creació/materialització
- Fase de creixement i posterior consolidació

07.6.1 Fase de gestació/planificació

És la fase en la que es comença a donar forma al projecte d'emprenedoria, i això es tradueix en la presa de decisions sobre el model de negoci que s'adoptarà i en l'elaboració del *business plan* per analitzar-ne la viabilitat. És a dir, es tracta d'una fase de planificació per minimitzar riscos, però també per filtrar i desestimar els projectes que, per algun motiu, no siguin viables.

“Sí o sí s'ha de tenir un *business plan* ben fet i si no el saps fer, buscar ajuda. S'estan fent càpsules formatives pràctiques on es fan itineraris, on aprens a fer el teu *business plan*, **acompanyament formatiu, coach i mentoring**. I després de X mesos hi ha una sèrie d'entregables. Aquí hi ha gent que decau pel camí perquè això costa”. —**Experta Formació**

“Aquí hi ha un canvi. Has vist que tot té un cert sentit i has pogut **passar de la idea a la quasi empresa**. Però en alguns casos és tot el contrari: pots veure que això no t'ho compra ningú i et pots pegar una bona patacada”. —**Experta Formació i Cooperativisme**

“Lo primero es **saber si hay un nicho de mercado real** y si puede haber un negocio detrás. Eso no quiere decir que haya negocio desde el día uno, no hace falta, pero sí que a medio plazo tiene que haber negocio. Tiene que haber una **necesidad no cubierta**, aunque no sea explícita”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

“Teníem una necessitat d'entendre el focus del que volíem fer, no és tan fàcil definir el que vols fer. Quan ho saps, surten **preguntes...** A quin preu? Quantes hores de dedicació? Quantes persones? Necessito un espai físic? Diners?”. —**Emprenedora Manufactura-Cooperativa**

“Lo primero que hicimos fue **definir bien la idea**, los servicios que queríamos ofrecer. El plan de negocio estaba súper currado. Fue un **trabajo calculado al milímetro**”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

És a dir, es tracta de donar resposta a una sèrie de dubtes que podem agrupar en quatre grans àrees:

- a) Com concretar la idea de producte/servei i convertir-la en un projecte empresarial realitzable, identificant les passes a seguir i establint-ne l'ordre.

“Estàvem una mica **perdudes**, perquè l'objectiu era molt ampli, amb aquesta mirada de la millora de l'entorn, i **cap de nosaltres venia del món de l'empresa**. Sí que sabíem què era una empresa de serveis, perquè totes érem autònomes, però no com era una empresa de producte. Però vam participar en diferents projectes de promoció de l'emprenedoria i vam començar a situar les coses”.
—**Emprenedora Manufactura-Cooperativa**

- b) Detectar el moment adient per emprendre. Això resulta especialment complex quan la dona està treballant per compte aliè, perquè deixar una feina d'assalariada per llançar-se a l'aventura inspira molt respecte i, de vegades, fa por.

- c) Com sobreviure des del punt de vista econòmic fins que el negoci comenci a donar beneficis i com aconseguir els diners necessaris per a la inversió inicial i per fer front a les despeses i a la manca inicial d'ingressos.

“No és només tenir temps, **és tenir diners**. Jo depenc d'uns proveïdors que em demanen uns mínims per comanda, que **si jo no hagués tingut un capital no ho podria haver fet**, també he hagut de viatjar sovint, a més, paga autònoms, impostos...tot això és inviable si no tens diners”. —**Emprenedora Manufactura**

“L'arquitectura era la meva feina, ho sabia fer i tenia clients. I l'he mantinguda, sobretot al principi, perquè així també descarregues la **pressió econòmica** en un projecte que comences. Jo crec que això, de cara a la gent que vulgui emprendre és súper important, és no carregar de pressió econòmica un projecte nou, perquè si no estaràs posant-hi una angoixa que no et pertoca, perquè necessitem menjar, vestir-nos, vestir els nostres fills, portar-los a l'escola”. —**Emprenedora Manufactura-Cooperativa**

- d) Dubtes sobre si la proposta empresarial (servei o producte) serà ben acollida o no en el mercat.

“Yo creo que al principio, cuando lo teníamos que lanzar, hubo un poco de miedo. El miedo de: **¿podremos? ¿saldrá bien?** Esto es muy difícil. Fueron unos miedos a conseguir el dinero, a que creyeran en nosotras...”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

L'elecció del sector en el que desenvolupar l'activitat emprenedora pot dependre de diferents qüestions, però les més habituals acostumen a ser:

- La formació i la trajectòria professional anterior (experiència acumulada).
- El *background* familiar (que la família ja tingués negocis similars).

“**El que hagi vist a casa dels teus pares, a la família, influeix molt**. El meu pare va ser botiguer tota la vida, encara que ell venia mobles. Però sembla mentida que veient la quantitat d'hores que treballava el nostre pare, nosaltres haguem caigut en el mateix”. —**Emprenedora Comerç Minorista**

“Els meus pares tenen un restaurant i des de molt joveneta hi vaig treballar. El meu germà també en té un, i **ara jo també tinc el meu propi restaurant**”. — **Emprenedora Hostaleria**

- La confluència d'un interès personal (una afició) amb el reconeixement de les pròpies capacitats i habilitats per convertir aquest hobby en una feina amb la que guanyar-se la vida.

“**Sempre m'havia agradat molt cuinar**, i en concret, fer pastissos, així que vaig decidir formar-me i vaig començar a fer cursos. A més, havia de buscar una forma de compensar la manca d'estabilitat laboral en el sector on sempre m'havia mogut”. — **Emprenedora Hostaleria**

“Sempre he sabut que **m'agradava fer coses amb les mans**, però sempre havia tingut la visió que de l'artesania no es pot viure, que els artesans són uns hippies morts de gana. Però en un moment donat es van ajuntar una sèrie de coincidències, em van fer fora de l'empresa, vaig rebre una herència. Jo ja portava un temps aprenent a fer sabates... i vaig decidir llençar-me”. — **Emprenedora Manufactura**

En relació a la fórmula empresarial escollida (en solitari versus en societat), el cert és que la gran majoria d'emprenedores entrevistades ho han fet en societat. L'argument que han esgrimit té a veure amb les inseguretats i les pors inicials, doncs el fet d'emprendre amb altres socis o sòcies permet el recolzament mutu tant a nivell emocional com funcional (de gestió, de recursos econòmics, de coneixements, etc.).

“Amb l'experiència que tinc ara, **jo sola no ho faria**, perquè són molts **problemes**, molts **dubtes**, a vegades, al parlar-ho veus les coses d'una altra manera, ella dona la seva opinió, jo la meva i arribem a un consens. També estic a una fase de cansament. Estic molt contenta, m'agrada molt la feina que faig, i realment em sento molt realitzada, però estic en un període d'esgotament. Molts anys, moltes hores, molta feina”. — **Emprenedora Comerç Minorista**

A més, el model organitzatiu de treball en equip resulta especialment interessant per dones amb família perquè afavoreix i facilita la conciliació.

“Sabem que **quatre cervells pensen millor que dos** i que és important **prendre decisions** ràpidament. La nostra forma de funcionar és: nosaltres tenim àrees, en cadascuna hi ha una pilot i una copilot. La pilot és qui té la veu cantant i la copilot dona el reforç necessari amb l'avantatge que, quan falta la pilot, la copilot no s'ha de posar al dia perquè ja ho està. Com totes tenim nens, això ens dona molta facilitat de treball, que també hauria de ser en el món masculí, perquè els homes també tenen fills, però a dia d'avui, encara que comencen a sorgir noves masculinitats, la cura familiar continua recaient més en les nostres mans”. — **Emprenedora Manufactura-Cooperativa**

Independentment del sector i de la fórmula empresarial escollida, podem afirmar que, en general, tant l'emprenedora vocacional com la funcional necessiten suport per donar resposta als dubtes anteriorment esmentats i per dur a terme la planificació del projecte empresarial —acompanyament formatiu, mentoria i/o *coaching*—, així com connectar amb altres dones emprenedores com a estratègia de suport emocional i per establir contactes que puguin resultar d'utilitat en fases posteriors del negoci.

“Sovint són bones en la seva professió però no ho són en transformar el que saben en un projecte empenedor, per tant, necessiten ajuda per identificar el model de negoci, per saber fer quatre números creïbles, per comercialitzar —¡horror, he de vendre!— i per definir normes internes que els hi permetin cobrir totes aquestes necessitats”. —**Experta Formació i Cooperativisme**

“Una altra necessitat, encara que no és formativa, és la de connectar amb altres dones que comparteixin projectes similars o espais. Connectar a nivell professional et dona suport i té impacte després en la viabilitat del projecte”. —**Experta Formació i Cooperativisme**

No obstant això, més enllà d'aquestes necessitats generals i compartides, s'observen algunes particularitats per perfils:

1. **Perfil Emprenedora funcional**

- Sovint li manquen els coneixements necessaris i/o “l'esperit empenedor” i, per aquests motius, acostuma a necessitar més suport a tots els nivells (formació, mentoria, *coaching*, orientació en tràmits burocràtics, etc.).

“La que emprèn per necessitat va una mica a cegues. Aquestes **necessiten més suport, és un perfil més coix**”. —**Experta Xarxes**

“Nosaltres vàrem desenvolupar un **programa de coaching per treure'ls-hi les pors**. Venien tan tocades que no podien, amb molts alts i baixos. **Necessiten sentir-se fortes per emprendre**”. —**Experta Xarxes**

“Tots els dubtes inicials de **com muntar el negoci, de com fer les gestions** per fer-me autònoma i **tot el que implica començar un negoci de zero** ho vaig anar resolent anant a **Barcelona Activa**, i **fent preguntes a la gent del meu entorn**, el meu company es freelance des de fa molts anys... Aquestes coses em costen molt, però no em costa res demanar ajuda”. —**Emprenedora Manufactura**

“Jo vaig anar a **Barcelona Activa** i em van ajudar a fer el pla d'empresa i em va anar molt bé, perquè realment no sabia per on començar”. —**Emprenedora Comerç Minorista**

“Jo vaig a anar a una **cooperativa** d'uns amics meus que es dedicava a assessorar no només cooperativistes, sinó també SL i SA”. —**Emprenedora Hostaleria**

“Vaig fer el **curs ‘Fet a Mà’ de Barcelona Activa** que em va anar súper bé. Si no hagués fet aquest curs hauria mort, perquè **em va permetre passar de no tenir ni idea a tenir una visió general del que és muntar una empresa**. També va ser com una **bufetada de realitat**, perquè encara que lo teu sigui molt maco, lo que val són els números. El dia que vam fer els càlculs dels preus per vendre, vam acabar tots amb depressió. Ho has de comptabilitzar tot, des dels viatges, el material, les hores...tot. Si no ho fas així, és un error”. —**Emprenedora Manufactura**

- En alguns casos tampoc té clar què és exactament el que vol fer. Només sap el que vol deixar enrere —és a dir, el que no vol— i que desitja tenir el seu propi negoci. I, des d'aquí, busca fonts d'inspiració per definir el seu projecte de futur i tendeix a moure's en terrenys que li resulten familiars, confortables, com ara el seu propi barri.

“Moltes dones saben el que no volen, però **no el que volen**. Van buscant inspiració. I es comencen a moure amb lectures, informació, *desk research*... és la **fase d'inspiració**. Hi ha qui la troba”. —**Experta Formació**

“El fotut és quan arriba una dona amb 5 anys de procés de dol perquè està buscant feina. D'aquesta et surt 1 de cada 100 i et diu: què puc fer? **Venen a comprar una idea**. La majoria de dones ha parat per la maternitat, ha buscat feina durant 2 o 3 anys i no l'ha trobada. Aquesta necessita molta ajuda”. —**Experta Xarxes**

“A vegades aquestes que no saben ben bé què fer **agafen franquícies**, aquí compren una idea, perquè **la idea ja està feta**. I a vegades és la solució”. —**Experta Xarxes**

- D'altra banda, entre les emprenedores amb menys coneixements d'empresa i amb un nivell de formació inferior —més habitual en sector comerç minorista i hostaleria— es detecta una certa tendència a no realitzar una planificació real per minimitzar riscos, i a tirar endavant el negoci de forma una mica improvisada, sobre la marxa. Aquesta manca de planificació es perfila com una font de dificultats afegides, i les emprenedores acostumen a prendre'n consciència anys després d'haver iniciat l'aventura.

“**No hem fet mai gaire planificació**, ens hem tirat a la piscina sense cap mena d'estudis empresarials i hem anat fent sobre la marxa. Alguna vegada que hem parlat amb algú de màrqueting, et venen un globus... que dius: parla'm en cristià! A part del pressupost que suposa això... Si jo hagués estudiat una mica i hagués fet un planning, potser m'hauria estalviat molts alts i baixos”. —**Emprenedora Comerç Minorista**

“Clarament **ens ha faltat fer planificació i tenir una visió més estratègica** del negoci. Si l'haguéssim tingut, potser no ens trobaríem ara amb tantes dificultats financeres”. —**Emprenedora Manufactura**

“No, **no vaig fer cap pla d'empresa pel restaurant**... Simplement el vam muntar amb moltes ganes i il·lusió, i més o menys **hem anat tirant**, amb moments millors i altres pitjors”. —**Emprenedora Hostaleria**

2. Perfil Emprenedora vocacional

- Per la seva formació i/o trajectòria professional prèvia acostuma a tenir més coneixements de gestió empresarial o, com a mínim, hi està més familiaritzada. Per tant, és més autònoma en la gestació del seu projecte i no necessita tant suport com l'emprenedora funcional.
- No obstant, s'observa que en perfils molt tècnics els coneixements de gestió empresarial poden ser més limitats i, per tant, el suport de formació es fa especialment necessari en aquesta primera fase del projecte d'emprenedoria.

“Amb molts projectes d'innovació, com els que jo faig, fas recerca, innoves i te'n adones que es pot convertir en un producte, però **no saps com fer-ho a nivell empresarial**. Com convertir allò en un producte, posar-li un preu, que es vengui, com distribuir-ho... Als qui fem recerca ens falta aquesta dimensió... No saps **qui et pot fer la part que no saps fer tu**. No saps ni on trobar-los...”. — **Emprenedora Base Tecnològica**

“Al principio tenía **dudas** de todo. **Legal, marketing**, cómo se **vende**, cómo se **contrata** y cómo se trabaja con la gente. No sabía nada. Pero en **Barcelona Activa** me enseñaron a **hacer un plan de negocio**, que en la práctica nunca se cumple, pero que te ayuda a ordenar la mente; el marketing para la empresa, todo... Y comencé a buscar asesores, contable, fiscal, laboral, y para ayudas financieras”. — **Emprenedora Base Tecnològica**

- En qualsevol cas, quan a aquest perfil d'emprenedora li cal suport (sigui formació o mentoria) tendeix a tenir més clar on buscar-lo, hi arriba amb una idea més madurada i es mostra més exigent. En aquest sentit, requereix un itinerari de formació i mentoria més qualificat, flexible i àgil, i necessita poder disposar de tota la informació *online*.

“Amb aquest perfil és tot molt més pausat perquè ja et venen amb **una idea molt madurada i amb els deures fets**”. — **Experta Xarxes**

“Per la creació necessiten el mateix però amb un **nivell d'exigència més alt**. Tenen **més coneixement**. Un **itinerari molt ràpid, flexible, qualificat** i que en dos clics arribi. I que tinguin tota la informació a Internet”. — **Experta Acompanyament**

- Les expertes perceben que, de vegades, el fet de tenir la idea tan madurada fa que, fins i tot, mostri certes resistències a realitzar els canvis necessaris per a que el projecte sigui viable.

“**Vivim les nostres empreses com si fossin els nostres fills**, renunciar al que era la teva idea original sembla un gran drama i ho vius més com una intromissió i no tant com una aportació. Els emprenedors estan **enamorats de les seves idees de negoci i no s'obren**”. — **Experta Acompanyament**

07.6.2. Fase de creació/materialització

En aquesta fase és quan es concreta la idea de negoci —en el cas que sigui viable— i cal fer-la tangible. I a fi que aquesta materialització sigui possible, les emprenedores necessiten:

- Tenir el control de la dimensió financera del negoci: detectar les necessitats d'inversió per a engegar el negoci i per a fer front a les despeses que se'n derivin i a la previsible manca inicial de beneficis.

“La part econòmica-financera. Aquí necessites **control**. Entendre què és un pressupost i què és tresoreria. I també tenir algú de gestoria de confiança que t'ho porti”. —**Experta Formació**

- Finançament en el cas de no comptar amb els recursos necessaris per fer front a les necessitats econòmiques anteriorment apuntades.

“Necessites finançament, realitzar una **inversió de diners**, per petita que sigui”. —**Experta Formació i Cooperativisme**

- Definir una clara estratègia comercial i de comunicació —incloent eines tecnològiques— i això requereix un pas previ, consistent en prendre consciència que no n'hi ha prou amb que el producte o el servei sigui de qualitat i/o respongui a una necessitat real del mercat.

“El tema comercial és clau. Has de **saber vendre**. Has de ser capaç de passar del «soc professional de» al «venc no sé què». Has de **saber comunicar, saber explicar** què fas de diferent. Això inclou també tota la part de comunicació amb eines tecnològiques”. —**Experta Formació i Cooperativisme**

- Comptar amb el suport i recolzament emocional i pràctic d'altres persones (sòcies, col·laboradores, l'entorn més proper, etc.). És fonamental buscar aliances en algun moment de l'aventura empenedora per a sentir-se més segura i afavorir el futur creixement i consolidació del projecte.

“És fonamental que trobis algú altre per compartir, encara que sigui la dissenyadora web. Quan trobes suport en algú, encara que sigui la teva parella, **ets sentts més forta i capaç**. Si al teu voltant t'estan dient tu pots, fes-ho, això serà un **motor motivacional** brutal. Però imagina't que et diuen el contrari... És un motor de desmotivació brutal”. —**Experta Formació i Cooperativisme**

“Per anar ràpid, millor sol, però per arribar lluny, cal anar acompanyat. Pots començar sola però **en el camí has de trobar aliats** i si no els trobes, malament. I el tipus d'aliats poden ser diversos, socis, col·laboradors, xarxes. Però segur que necessites aliances, perquè no pots cobrir tu sola totes les complexitats”. —**Experta Acompanyament**

“**Tener a alguien** con quien comentar la jugada y ver las cosas **puede ayudar mucho**. Lo que no se le ocurre a una se le ocurre a la otra”. —**Experta Xarxes**

“És molt important **parlar del teu projecte amb altres persones** i dels teus dubtes i preocupacions amb altres persones, perquè de vegades les solucions et venen dels llocs més inesperats”. —**Emprenedora Serveis**

- Relacionar-se amb altres emprenedores (*networking*), no com a estratègia comercial, sinó com a estratègia de recolzament mutu, de detecció de necessitats i tendències, de recerca d'aliances i de construcció de relacions de valor.

“És molt important anar a tots els *networkings* del món mundial, per **conèixer gent**, per fer **agenda de contactes**, per **saber què està passant al món**. No és per vendre't, qui ve a vendre no funciona. Qui ve per **compartir, identificar necessitats, crear coses conjuntament**, allà sí. Les formacions també són moments de compartir i aprens molt més dels companys que dels professors”.
—**Experta Formació**

“Jo de seguida em vaig associar, una **associació de dones empresàries**, perquè no només et pot servir d'ajuda en temes concrets, sinó que també t'ajuda a fer *networking*, a veure com es mou el mercat, i també t'ajuda a sentir-te més motivada i molt acompanyada. Tot et fa menys por”. —**Emprenedora Altres Serveis**

Quan l'emprenedora no té els coneixements necessaris, de nou busca assessorament expert en diverses matèries (ja sigui mitjançant entitats públiques com Barcelona Activa o sol·licitant ajuda a persones amb experiència de l'entorn més proper):

- Dimensió financera.
- Fonts de finançament.
- Màrqueting i comunicació.
- Aspectes legals.
- Tràmits burocràtics.
- Aspectes tècnics específics de cada sector.

Més enllà d'aquests trets comuns, observem algunes diferències entre perfils:

1. Perfil Emprenedora funcional

- Requereix més suport formatiu i de mentoria per fer una previsió realista en relació a la dimensió financera del seu negoci.
- A l'hora de buscar el finançament necessari (bancari, subvencions i ajudes públiques, etc.), necessita més orientació per saber on buscar-lo i assessorament sobre com sol·licitar-lo.

“Vaig rebre una **subvenció per a dones autònomes**, és un programa que és diu ‘Llança’t’. Jo ho vaig conèixer l'any passat perquè m'afectava. Me la van donar i m'ho van fer tot ells. (...) Em van cobrir les despeses dels primers mesos d'autònoma, la quota, i alguna despesa del local, coses així, el IRPF...poca cosa”. —**Emprenedora Manufactura**

- Sovint no és conscient de la necessitat de definir una estratègia comercial i de comunicació.

2. Perfil Emprenedora vocacional

- Un cop té clara la planificació del projecte, en general no necessita tant suport formatiu i de mentoria en aquesta fase, però quan el busca, es mostra més exigent i més crítica envers els recursos disponibles.
- Acostuma a ser més conscient de la necessitat de comptar amb una estratègia comercial i de comunicació, i sovint està més familiaritzada amb els canals a utilitzar.
- En relació al finançament necessari per a la creació de l'empresa, es mostra més agosarada i acostuma a saber on buscar-lo i com sol·licitar-lo, i fins i tot tendeix a buscar fórmules més creatives o alternatives a les habituals (ex.: *crowdfunding* i fórmules similars). A més, sovint compta amb una xarxa de contactes professionals que li resulten molt útils en aquest sentit, i tenen més accés a possibles inversors privats.

“Primero queríamos buscar una parte de **financiación pública y teníamos claro dónde buscarla**, pero no acabó de salir. Ahora estamos buscando la financiación con la complicidad de las socias colaboradoras, como hizo el diario.es. Es como una especie de **crowdfunding**. Estamos buscando mujeres que adelanten su cuota anual de socias, que confíen en nosotras para que podamos pagar a los programadores y que el proyecto salga adelante”. — **Emprenedora Base Tecnològica**

“El 2017 vam fer el **crowdfunding**, i també vam aconseguir **finançament d'un programa de la Unió Europea** que donen diners a projectes d'empreses que busquen donar solució a problemàtiques socials, i no els has de tornar”. — **Emprenedora Manufactura-Cooperativa**

“Para la primera *startup* conseguimos **7 millones de euros de unos inversores privados**. El truco está en considerarlo como una relación de pareja. Te tienes que convertir en la más deseada de la discoteca y la menos accesible. Tienes que conocer al inversor desde el principio, desde que creas el proyecto, aunque no necesites el dinero, porque el inversor va viendo la evolución, y si has hecho todo lo que propusiste, tienes más posibilidades de conseguir el dinero, porque te has ganado su confianza”. — **Emprenedora Base Tecnològica**

- D'altra banda, en el cas específic de les dones més joves i amb menys experiència professional, les expertes apunten que necessiten mentoria per a no precipitar-se i fer les coses ben fetes i pas a pas.

“La jove necessita l'acompanyament perquè **s'avança**. El mentoria que li faci fer la **reflexió**. L'has d'ajudar a reflexionar per fer front a tot aquell garbuix mental que té. Has d'**anar posant-li el fre**”. — **Experta Xarxes**

- En relació a la dona més madura i amb més experiència professional, en canvi, les expertes assenyalen que sovint necessita una empenta per emprendre, perquè l'excés de preparació i de control de vegades la frena.

“La directiva equilibrada ha fet el pla d'empresa, l'estudi de mercat, ho ha fet tot. Porta ben fets els deures. A aquesta li falta fer el pas. És llençada, però **l'excés de preparació la frena al principi**. Ho vol tenir tot molt lligat i controlat. **Li falta fer el pas final**”. — **Experta Xarxes**

07.6.3. Fase de creixement i consolidació

En el procés de creixement del negoci la motivació consisteix en obtenir reconeixement per la feina feta, augmentar els beneficis econòmics i dirigir el negoci cap a l'especialització o la diversificació desitjada.

“La motivació en la fase de creixement i posterior consolidació és obtenir el reconeixement per la feina feta, millorar el nivell d'ingressos, centrar-te en allò que t'agrada més i poder seleccionar. Creixes en estructura i també cap a fora”.
—**Experta Formació i Cooperativisme**

“És un moment de **reptes comercials, d'expansió**. A l'inici comences amb els mínims, tot personalitzat, tot t'ho fas tu, i te'n surts o no. I les que se'n surten han de començar a crear estructura i deixar elles de fer tantes coses. Processos comercials, processos de control de gestió, d'avaluació de rendibilitat, d'entendre quines parts has de delegar i quines t'has de quedar tu. És la **maduresa del negoci**”. —**Experta Formació**

El creixement és imprescindible per a la supervivència del negoci, doncs l'estancament de vegades culmina en la fallida del negoci.

“Han de créixer, perquè si no, **desapareix el nínxol de mercat**. O el projecte s'ha fet amb previsió de creixement o es morirà pel camí, però moltes vegades **els fa por créixer**”. —**Experta Xarxes**

El correcte desenvolupament d'aquesta etapa requereix prendre decisions de creixement que no sempre resulten senzilles, perquè impliquen canvis importants en la forma de treballar, endinsar-se en terrenys desconeguts i/o un cert risc de fracàs.

Alguns exemples d'aquestes decisions difícils són:

- La contractació de personal i la delegació de funcions en altres persones. Això requereix un exercici previ d'identificació del valor intransferible de l'emprenedora i de quines són les tasques en les que ha de centrar els seus esforços i les seves hores de treball.

“Entendre que has d'**incorporar gent i com fer-ho**. Necessiten **formació sobre com fer créixer l'equip humà** sense renunciar a l'essència de l'empresa, com incorporar a gent. Es tracta de **saber delegar i com gestionar el procés**”. —**Experta Formació**

“És un repte important. Les empreses han de tenir una certa mida per consolidar-se. Pots emprendre tota sola, però **si vols créixer, sola és impossible**”. —**Experta Promoció i Acompanyament**

“El **ser conscient que necessites aquell soci o aquell proveïdor és fonamental**. Que perdís temps fent temes de fiscalitat és absurd. És molt més productiu que tu et dediquis a vendre i **entendre on és el teu valor** i on has que centrar el teu temps. I d'aquesta manera també redueixes la incertesa, vas **guanyant seguretat** i vas fent que sigui més probable la consolidació”. —**Experta promoció i Acompanyament**

“Cal **saber externalitzar**, ser capaç d'**identificar allò en el que ets bona**, quin és el cor del teu projecte, i la resta que ho faci un altre. Aquí costa molt perquè nosaltres gestionem des de l'estalvi, no des de la inversió”. —**Experta Formació i Cooperativisme**

“Al curs de Barcelona Activa em va quedar molt clar: **tu t'has de dedicar a fer el que saps fer**. S'ha de tenir coneixements de moltes coses, però hi ha altres professionals que es dediquen a això”. —**Emprenedora Manufactura**

“Quan els projectes creixen, necessites gent. No pots fer de *superwoman*”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

— El problema és que a la dona emprenedora sovint li costa prendre consciència de la necessitat de delegar i ampliar l'estructura per poder créixer.

“I al cap i a la fi jo he triat això, perquè a mi m'agrada fer les coses, **delegar en algú altre el que m'agrada fer a mi em costa molt**. El tema de la producció em costa molt, jo he triat fer això, si he de deixar que algú altre m'ho faci, no hagués triat fer artesanía, sinó muntar una marca de calçat, jo dissenyaria i enviaria a que em fessin la producció. Però aquesta no és la meva idea”. —**Emprenedora Manufactura**

“El problema quan agafes personal és que tens la clientela molt fidelitzada, i quan venen a fer-se un massatge, doncs **em volen a mi, i jo no puc dir que no**. Així que finalment he optat per no tenir personal i fer-ho tot jo”. —**Emprenedora Serveis**

“Arriba un moment en que decideixes que necessites ajuda. I busques algú que faci de dependent, però tot i així tampoc és una solució tan fàcil, perquè **la gent del barri ens coneix a nosaltres, llavors venen per nosaltres**, i tu igualment has de sortir a atendre'ls. Ets la cara visible. Les dependents canvien cada 4 o 5 anys, es cansen, i això fa que tu siguis el referent de la botiga, i no pots no ser-hi”. —**Emprenedora Comerç Minorista**

— I quan pren consciència de la necessitat de delegar i busca col·laboració externa, degut a la seva tendència a la contenció del risc, sovint limita la recerca al seu entorn més proper perquè suposa un estalvi econòmic i perquè confon la confiança personal amb una font de confiança o garantia de qualitat en allò que és professional.

“Com que tenim la **necessitat de controlar el risc**, ens mou molt la **necessitat de confiança**. (...) Aquesta necessitat de confiança a vegades **la confonem amb confiança personal**. És a dir, tirem mà dels nostres contactes personals, i ens sembla que tirant d'ells arribem, però de vegades no és suficient”. —**Experta Formació i Cooperativisme**

- Ampliar la cartera de clients mitjançant la creació i/o ampliació de la xarxa comercial i intensificació d'esforços en aquesta àrea.
- En alguns casos, creixement fora de fronteres: procés d'internacionalització.
- Incorporar noves tendències per a afavorir una evolució permanent. Això requereix no només mantenir-se al corrent de les novetats del mercat on operen, sinó ser flexible i estar disposada a fer canvis.

- Invertir en presència i visibilitat en fires del sector i/o a les xarxes socials (Instagram, Youtube, Twitter, Facebook) per tal de crear marca.

“Jo vaig al **Craftroom**, que és una fira que organitza Artesania de Catalunya, dintre de la Setmana d’Artesania. Sempre ens truquen perquè hi ha molt poc calçat artesanal, i el que hi ha és molt car. El que faig jo està en un entremig...”.

—**Emprenedora Manufactura**

“Calia fer-nos un nom en el sector, perquè al principi érem unes desconegudes, i això ens ha costat molt de temps... Vam començar per la **pàgina web**, després la **botiga online**, petits **catàlegs publicitaris i fulletons** de producte, amb bones fotos, i en paral·lel vam començar a anar a fires, tant amb professionals com amb públic”. —**Emprenedora Comerç Minorista**

En aquest aspecte concret, es detecta que les emprenedores més joves i amb un perfil més creatiu són les que més valoren la presència a les xarxes socials com a estratègia per a afavorir el creixement de l’empresa.

“Arribem a **acords amb instagramers**, que a canvi d’unes calces (el producte que produeixen) fan un vídeo parlant del nostre producte. I tenim uns 45.000 seguidors de **Facebook**, això ens fa una mica atractives a l’hora de fer intercanvi amb altres professionals”. —**Emprenedora Manufactura-Cooperativa**

“Vaig seguir els consells del curs d’emprenedoria i vaig buscar un professional que em fes una bona pàgina web. Però després em vaig adonar que amb això no n’hi ha prou, i que **on realment es mouen les coses és a les xarxes socials**, la tendència és aquesta. I crec que, ara mateix, **Instagram** és un aparador excel·lent per ensenyar el que faig”. —**Emprenedora Manufactura**

Prendre i posar en pràctica les decisions de creixement anteriorment esmentades requereix no només realitzar una inversió —i, per tant, sovint finançament—, sinó també suport formatiu i mentoria.

- **Finançament:** recursos econòmics per a invertir en l’estructura i els mitjans necessaris per al creixement i l’evolució del negoci.

“En aquesta fase segueix havent necessitat de **finançament** i espais de visibilitat i compartir amb projectes que estan més avançats que tu”. —**Experta Formació**

- **Formació:** una formació específica per prendre consciència de la complexitat financera i estructural que requereix el creixement i la posterior consolidació de l’empresa, i per orientar les emprenedores en aquest procés.

“Necessiten formació i acompanyament per veure que el creixement implica una **complexitat econòmica-financera important**. Hi ha un plus de coneixement financer que es necessita en aquesta etapa per **anar a demanar diners** per cobrir les teves necessitats”. —**Experta Formació i Cooperativisme**

- **Mentoria:** es fa especialment necessari en aquesta fase perquè en la presa de decisions de creixement tornen a aparèixer les pors inicials de fracàs i la tendència a la contenció del risc.

“Hay miedo en la toma de **decisiones de crecimiento**. En general, si les ha costado mucho iniciar, **el hecho de ampliar les vuelve a dar miedo**. Las decisiones de crecimiento dan miedo. Hay veces que se presenta el momento y lo desaprovechan. Se piensa que ha costado tanto arrancar y sobrevivir que... **¡cómo me voy a arriesgar!**”. —**Experta Xarxes**

“El més important en aquesta fase és el **mentoria**. Fan falta diners, però si els diners han de ser la solució anem malament. Hi ha gent que et ve amb diners. I què? Estàs preparada per fer-ho? Els diners són per quan tinguis molt clar què vols fer i com els has de tornar, però no abans”. —**Experta Xarxes**

En alguns casos s'apunta que en aquesta fase del projecte emprenedor, la figura de mentora es perfila especialment útil per la seva capacitat empàtica, més que la figura del tècnic, de la formadora o l'experta en determinats temes.

“En el pas de creixement i consolidació és **necessària una figura més de mentora per créixer**. En aquesta fase potser els tècnics no som l'encaix ideal per a aquesta part. És important la figura de mentora perquè és un igual a tu, segur que ho ha fet abans i **és un referent**. Com ja ha comès vint errades, t'ajudarà a no cometre-les. En canvi un tècnic si no ha estat aquí no té tanta capacitat d'empatia”. —**Experta Acompanyament**

Malgrat aquestes necessitats comunes, observem algunes particularitats segons el perfil:

1. **Perfil Emprenedora funcional**

- a. Un cop l'empresa ja està creada i comença a funcionar, durant el procés de creixement, l'emprenedora que ha rebut suport expert (formació, mentoria) en les fases inicials del projecte necessita sentir que encara disposa de persones expertes en les que recolzar-se o a les que poder consultar en moments de dubte. D'alguna manera, després de l'ajuda rebuda en les fases anteriors, pateix un cert vertigen de pensar que li toca tirar endavant a ella sola.

“Jo crec que un cop ja has muntat l'empresa ve l'altre moment de pànic: i ara què?! I aquí **necessites acompanyament** i potser és quan et trobes més perduda, perquè estàs una mica en un llimbs i no saps ben bé on buscar ajuda”. —**Emprenedora Comerç Minorista**

“Jo **em vaig sentir molt sola** perquè ja no podia comptar amb el suport del grup de dones que estaven amb mi des del principi, a la formació, quan totes començàvem”. —**Emprenedora Manufactura**

- b. És relativament habitual que les seves empreses no arribin a créixer i es quedin estancades.

“Les falses emprenedores, és a dir, les que ho fan per necessitat, **no creixen**. Es queden en un nínxol i ni s'ho plategen això de créixer”. —**Experta Xarxes**

“Una cosa que els hi passa molt a les dones és que **no creixen en evolució del seu negoci. Es queden en la seva auto-explotació** i en un modus vivendi **per no complicar-se més**. Passar de dos forns al tercer és complicat. Quan plantejges que la teva fórmula funciona et venen dient que no tenen temps, i que dos forns els poden portar, un ella, l’altre la cunyada, però un tercer ja és complicar-se massa la vida”. —**Experta Acompanyament**

— Aquest fre al creixement no es deu només a raons endògenes —la por a créixer— sinó també a una subtil pressió de l’entorn que sovint considera que les dones no han de ser ambicioses, així com a l’absència de referents femenins de lideratge empresarial en projectes més ambiciosos.

“Per fer créixer un negoci tu has de créixer professionalment. Però a banda d’això també hi ha una qüestió de **pressió de l’entorn**, i és la idea que, **en una dona, ser ambiciosa i competitiva no està ben vist**. És la idea de perquè una dona ha de fer créixer la seva empresa si ja està bé com està. I tot el seu entorn ja li diu que està bé com està. **Tens pressió social per conformar-te**. Amb tot el que has estudiat i encara vols estudiar més? És una pressió molt subtil, però existeix”. —**Experta Acompanyament**

“Només hem tingut una manera de manar, de liderar, **només hem tingut un mirall**. No hem tingut models de lideratge femení. Les que han liderat realment ho han fet des del punt de vista femení? Hem arribat a certs llocs amb **rols masculins**. La manca de referents és important”. —**Experta Acompanyament**

“Las mujeres son ambiciosas, pero no lo expresan”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

2. Perfil Emprenedora vocacional

- Acostuma a ser més conscient de la necessitat de repensar el negoci i de realitzar les adaptacions necessàries de forma periòdica, i d’estar en contacte amb altres emprenedores per aprofitar possibles sinergies.

“És important **repensar el que ofereixes**, i si tens algú que t’expliqui certs sistemes per ordenar les idees, doncs sempre funciona millor. Nosaltres som d’anar a xerrades, no només perquè t’expliquin coses interessants, sinó que moltes vegades coneixes gent molt interessant. Nosaltres anem a Acció perquè està aquí al costat i ens facilita molt la vida. La Clara (una de les sòcies) viu a prop de Barcelona Activa i també fa formació”. —**Emprenedora Manufactura-Cooperativa**

- D’altra banda, les expertes apunten que la dona més madura i amb més experiència professional necessita, de manera similar a com passava en la fase de creació/materialització, un mentorat que li permeti superar la sensació de vertigen i la necessitat quasi obsessiva de tenir-ho tot sota control.

“Les dones més madures **necessiten mentorat a la fase inicial i a la de creixement**. I en la fase de creixement els hi agafa el **vertigen** i mitjançant la mentorat els has de donar una empenta”. —**Experta Xarxes**

- En el cas específic de l'emprenedora més jove i amb menys experiència professional, en canvi, en la fase de creixement ja no necessita tant de seguiment per a evitar que es precipiti com al principi, perquè ha anat adquirint experiència i això li aporta una major serenitat.

“Les joves, cap problema. Es tiren a la piscina i després ja miren si hi ha aigua. A la jove se l'ha d'anar fent mentoria però et vindrà ella. No has d'anar a buscar-la. Identificarà que alguna cosa falla i et demanarà ajuda. **L'emprenedora nata necessita més mentoria al principi, però en la fase de creixement ja no tanta**”.

—**Experta Xarxes**

Finalment, cal afegir que, en aquest procés de creixement, hi ha moltes empreses que moren pel camí i que no arriben a la fase de consolidació (no superen l'anomenada vall de la mort). I en aquest context, algunes expertes assenyalen la necessitat d'una formació específica per afrontar el dol del fracàs empresarial. Malgrat això, sembla ser que no existeix cap oferta formativa en aquesta línia.

“Entre creació i consolidació es moren empreses. **Saber gestionar els dols** que això suposa és difícil i **no existeix cap tipus de formació** que t'ajudi amb la mort d'una empresa. Gestionar el tancament és molt dur, els dols son complicats”.

—**Experta Formació i Cooperativisme**

07.7 ASSOCIACIONS DE DONES EMPRENEDORES/EMPRESÀRIES

Les xarxes de dones emprenedores es perfilen com espais de confiança, empatia i seguretat on buscar i oferir suport emocional i funcional. Són espais on posar en comú experiències, compartir coneixements i estratègies, on prendre consciència de certs mecanismes i, a partir d'aquí, sentir-se més compresa, forta i acompanyada.

“Les xarxes de dones emprenedores són útils com a **entorn de confiança**, un entorn on pots **compartir** en un espai de relació i confiança en femení”. —**Experta Formació i Cooperativisme**

“Les xarxes de dones són **espais de seguretat** en els que jo puc cagar-me en tot i «luego salir a la arena». Espais de **confiança i empatia**, on veure que **el que em passa a mi, també li passa a l'altra**. I t'adones que potser hi ha altres mecanismes que potser tu no has identificat i que no va només amb tu sinó amb el món. Precisament, els projectes col·lectius fets per dones els ofereix aquest espai de seguretat”. —**Experta Formació i Cooperativisme**

“Nuestra razón de ser consiste en **darnos soporte** entre empresarias y emprendedoras, **montar reuniones, conferencias, talleres**, darnos soporte en temas de **mentoraje** y dar la tabarra a la administración pública. Todas tenemos un objetivo parecido”. —**Experta Xarxes**

Malgrat l'atractiu conceptual d'aquestes organitzacions, detectem que la majoria de les dones emprenedores consultades —i, en concret, les que encaixarien en major mesura en el que hem definit com empenedora funcional— no tenen relació amb cap associació de dones emprenedores/ empresàries¹¹.

¹¹ De fet, del total de 24 emprenedores entrevistades, només les que operen en el sector tecnològic (5 dones) coneixen i pertanyen a alguna associació.

En relació als motius d'aquesta manca de connexió, es concreten en les següents qüestions:

- La no percepció de ser membre d'un col·lectiu específic —en aquest cas dones emprenedores/ empresàries—.
- El simple desconeixement de l'existència d'associacions empresarials específiques per a dones.
- La percepció de no tenir la necessitat de pertànyer a una associació com aquestes.
- La manca de temps —«el dia a dia se't menja»— i la sensació que ser sòcia requerirà un nivell d'implicació al que no poden fer front.

“Voldria entendre que **serveixen per donar recolzament a les dones que busquen respostes als seus dubtes**, entenc... On puc trobar una dependenta? Com puc fer això? Però realment no ho sé, perquè no les tinc vistes ni sentides... **no m'arriba publicitat, no m'arriba res d'això**”. —**Emprenedora Comerç Minorista**

“Jo **associacions exclusivament de dones com a tals no n'he buscat**, no m'ho he ni plantejat, la veritat. Només m'he recolzat en el Gremi de Joiers i en la meva assessoria”. —**Emprenedora Comerç Minorista**

“A mi el que em fa por és que em **requereixin una certa implicació**, i jo no em vull implicar en res més, no tinc temps... **Que cadascú faci la seva feina**... A mi el que m'interessa és tirar la meva empresa endavant. I de les associacions, si m'arriba alguna cosa interessant aniré a escoltar, però no m'implicaré”. —**Emprenedora Comerç Minorista**

“**No conec cap associació de dones emprenedores**, però el primer que em ve al cap són xarxes d'emprenedores que he conegut per **xarxes socials**, que fan **trobades, coaching**, però ara hi ha tant bombardeig amb això del **coaching** que sembla que qualsevol et pot donar consells... No és una cosa que em motivï gaire”. —**Emprenedora Manufactura**

“Em vaig inscriure al principi en una associació d'artesania, perquè se suposa que et fan visible en el teu sector. Al final, no m'han donat gaire visibilitat, però jo tampoc he col·laborat gaire, perquè **m'ha faltat temps**. M'he donat de baixa perquè per estar rebent propostes, i propostes, i no poder participar en res, doncs no val la pena”. —**Emprenedora Manufactura**

A més, aquest perfil d'emprenedora funcional percep les associacions de dones emprenedores/ empresàries com organitzacions elitistes i poc accessibles, molt allunyades de la seva realitat professional i del seu entorn. I a això cal afegir-hi la sensació de no estar a l'alçada per ser membre d'una associació d'empresàries.

“Si et dic la veritat, quan penso en associacions d'aquestes **m'imagino un rotllo Ana Botín**, i jo no crec que encaixi en absolut en una moguda així”. —**Emprenedora Hostaleria**

“Jo penso en **dones madures que ja disposen de temps**, justament el que jo no tinc. Jo em tiro 12 hores treballant aquí dintre...”. —**Emprenedora Comerç Minorista**

“Si em dius associació de **dones empresàries**, sento que no és una cosa per a mi, perquè m’imagino executives, dones del món de l’empresa. Diferent seria parlar d’associacions de dones emprenedores, perquè ho associo a dones autònomes, i amb això sí que m’identifico, però no en conec cap”. — **Emprenedora Hostaleria**

“Això meu és molt petit...jo no crec que tingui el perfil per pertànyer a cap associació de dones empresàries”. — **Emprenedora Serveis**

En general, les emprenedores amb un perfil més vocacional (independentment que pertanyin o no a alguna associació) tenen una percepció més positiva i les valoren com organitzacions que permeten a les seves associades:

- Relacionar-se amb altres dones emprenedores com a font de motivació, inspiració i apoderament.
- Compartir la pròpia experiència i energia, i alimentar-se de la d’altres associades.
- Aconseguir més visibilitat dins del propi sector, i suport i acompanyament enfront dubtes/pors/dificultats.
- Fer *networking* i aprofitar sinergies (projectes comuns, font de nova clientela, etc.).

“Crec que fan una feina de donar **visibilitat** a les dones empresàries”. — **Emprenedora Manufactura-Cooperativa**

“És un lloc on buscar **recolzament** sobre com entrar en determinats mercats, per exemple, on **compartir els problemes** amb altres dones emprenedores...”. — **Emprenedora Base Tecnològica**

“Las mujeres **siempre hemos tejido redes**, tanto en el ámbito personal como en el profesional, y eso es así en parte debido a la falta de referentes femeninos”. — **Emprenedora Base Tecnològica**

“Las asociaciones son una **red humana de ayuda**, y eso está muy bien siempre y cuando se mantenga el valor humano y no se utilicen como trampolín para lucirse”. — **Emprenedora Base Tecnològica**

Amb tot, en alguns casos les emprenedores del perfil vocacional també es mostren més exigents i selectives en relació a la naturalesa de les associacions així com de les activitats que organitzen, i més crítiques en les relacions que estableixen entre elles, destacant l’excessiva atomització de les mateixes.

“Yo **hubo un tiempo en que iba a todos los eventos de mujeres emprenedoras**, pero ahora he dejado de hacerlo porque son café para todos y yo tengo un tiempo muy limitado, y necesito utilizarlo solo en aquello que realmente me aporta un beneficio profesional o energía personal. Así que **ahora solo voy a dos tipos de actividades o asociaciones**: las que tienen un **objetivo específico**, un proyecto para cambiar algo en la sociedad; y luego me he quedado con un **par de asociaciones donde hay unas mujeres increíbles**, que flipo con ellas... Con talento, humildes, generosas, y siempre que voy a una reunión, salgo de ahí con un chute de energía increíble”. — **Emprenedora Base Tecnològica**

“El problema es que **cada asociación va por su lado**, hay mucha **atomización**... Ahora en «50 a 50» hemos convocado a todas las asociaciones para que haya transversalidad. Y empieza a haber cierta comunicación entre ellas, pero hay **mucha cuestión de egos**... Por suerte, empezamos a darnos cuenta de que, **o nos juntamos, o no vamos a conseguir nada**”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

Des de les pròpies associacions, i en un exercici d'autocrítica, s'apunta que les associacions de dones empresàries/emprenedores:

- No es donen a conèixer prou ni es presenten com a associacions obertes i fàcilment accessibles.

“A vegades **has de baixar al terreny de la gent normal i això costa**. Totes les empresàries han començat essent unes «mindundis», tothom ha començat picant pedra”. —**Experta Xarxes**

“Deberíamos corregir esa idea que se tiene de que las asociaciones solo son para ejecutivas agresivas, pero es difícil porque es la imagen que transmite la propia Administración Pública. En una reunión con el Ayuntamiento, a medida que le íbamos contando a Ada Colau lo que hacíamos, le fue cambiando la cara. Vio que éramos gente normal. Se pensaba que se encontraría con la «crème de la crème» y vio que éramos gente normal, sin perder potencialidad”. —**Experta Xarxes**

- Estan massa atomitzades i això provoca manca de coordinació entre elles per a fer front a les dificultats que les dones troben en el món laboral i empresarial.

“Les associacions de dones empresàries **estem massa atomitzades**. Per la quantitat de dones i homes empresaris que hi ha, al final els homes tenen 2 o 3 llocs on anar. Nosaltres en tenim 33 sent només un terç de l'empresariat. Per tant hi ha un problema a l'origen”. —**Experta Xarxes**

07.8 POLÍTIQUES ACTUALS DE SUPORT A L'EMPREDORIA FEMENINA

Entre la mostra investigada en aquest estudi —tant emprenedores com expertes— es detecta la percepció generalitzada que, en el moment actual, hi ha una voluntat general d'atorgar la visibilitat, el suport i el reconeixement històricament negat a les dones i a tot allò que tingui a veure amb el que és femení.

“Des d'europa estan arribant diners a cabassos. De fet totes les empreses estan dient: fiquem *femení* a veure què ens donen. **Som el gran col·lectiu de moda** i està tot per fer. Moltes empreses estan donant un **caire femení a les seves campanyes** perquè hi ha molts diners darrera. I està molt bé”. —**Experta Formació**

“Estem vivint un **moment dolç**. **Estem al centre** i això és bo. Hi ha molts recursos importants. I s'està dient que **el futur som les dones**. Perquè? Perquè som conciliadores, som socialment responsables, som molt més executives perquè no volem perdre el temps. Crec que és un tema de creure'ns-ho perquè les opcions hi són”. —**Experta Formació**

En aquest context aparentment tan favorable, expertes i emprenedores semblen no detectar una estratègia de polítiques de foment i suport a l'emprenedoria femenina clarament articulades entre sí.

“No sé exactament en quines àrees s'estan invertint els recursos, però és un moment molt feminista”. —Experta Formació

“No sé quines són les entitats que estan impulsant aquestes polítiques, però sé que en molts pobles les àrees o serveis d'Igualtat està fent molta formació i *networking*, que a les universitats tenen càtedres específiques, que en el món de les *startups* no saben ja com cridar a les dones per a que siguin enginyeres i per a que hi apliquin.... Hi ha ressò allà on vagis. Hi ha molt interès i diners”. —Experta Formació

El coneixement sobre polítiques de foment i suport a l'emprenedoria femenina s'acostuma a concentrar en programes formatius, molts dels quals es perceben dirigits a l'emprenedoria en general, sense diferenciació per gènere, i en alguns casos a alguna subvenció específica per a emprenedores.

“En conciliació familiar no em sona que hi hagi res... De xarxes especials per dones no en conec. I coses de promoció i acompanyament o de formació específica per dones, doncs tampoc”. —Emprenedora Base Tecnològica

“No conec res de polítiques per emprenedoria femenina... l'únic que em sona és un programa específic per emprenedores a Barcelona Activa, però crec que va només encarat a dones que fan roba i collarets i coses així”. —Emprenedora Base Tecnològica

“Hi ha una subvenció que vaig demanar que es diu ‘Llança’t’. I després, a Barcelona Activa fan cursos només per a dones emprenedores, però no conec res més”. —Emprenedora Manufactura

“Jo, com que vaig fer un curs a Barcelona Activa, doncs m'arriben butlletins informatius de programes i ajuts. Però crec que si no hagués passat per Barcelona Activa, probablement no m'assabentaria de res. I sí que es fan moltes coses per emprenedors, però de dones en concret i ajudes ni idea”. —Emprenedora Manufactura

Des de la perspectiva de les expertes, el problema principal rau en que **la informació està dispersa i no a l'abast de tothom**. En aquest sentit, consideren que cal centralitzar-la i comunicar-la de forma més eficaç.

“Jo crec que a Barcelona hi ha una oferta molt àmplia de formació per a dones que volen emprendre”. —Experta Formació i Emprenedoria

“Hi ha molts recursos però continuen desordenats. A vegades fem el mateix quatre administracions diferents i no anem coordinades. Aquesta descoordinació fa que els hi arribi la informació aigualida”. —Experta Creació i Acompanyament

“Les emprenedores amb majúscula sí que tenen coneixement dels programes d’ajut, però les **emprenedores per necessitat no saben l’oferta que hi ha i van perdudes**”. —**Experta Xarxes**

“Si no t’ho recomana algú del teu entorn, **no t’assabentes dels ajuts i les formacions que hi ha**”. —**Emprenedora Serveis**

En aquest sentit, les expertes apunten la necessitat de coordinar i centralitzar tots els recursos disponibles en un únic punt, i comunicar de forma eficaç la seva existència. I Barcelona Activa es percep com l’entitat més indicada per fer-ho.

“Si entras en Google y pones «emprededuría en Barcelona» te salen 67 páginas. ¡Esto es un disparate! Porque si quiero emprender y me encuentro esto, me saturó. En Barcelona y Catalunya hay muchas herramientas, mucha formación, subvenciones... pero no están publicitadas o **la información está muy dispersa**, y esto es gravísimo. **¿Por qué no se crea una plataforma que lo ligue todo? ¿Quién debería centralizarlo?** Pues en Barcelona, por lógica, **debería ser Barcelona Activa**”. —**Experta Xarxes**

“El problema es que normalmente no saben **dónde buscar**. Como que la **información está tan dispersa**, no saben. (...) En general, no hay publicidad de todo esto. En Barcelona Activa sí que igual hay un listado, pero **si ni conoces Barcelona Activa, ¿cómo vas a llegar a esa información?**”. —**Experta Xarxes**

Malgrat la percepció d’atomització dels recursos, Barcelona Activa és l’única entitat que diverses expertes i algunes emprenedores vinculen de forma més clara amb la inversió d’esforços en aquest camp, la qual cosa suposa un reconeixement a la tasca que està duent a terme des de fa dècades.

“Creo que el único sitio en donde se está invirtiendo es en **Barcelona Activa**. El Institut Català de les Dones está invirtiendo en otras áreas. Ahora justo se ha creado la comisión Dona i Empresa. Pretendemos darnos visibilidad. Hay 1.037 asociaciones de mujeres, de cualquier actividad, de las cuales 60 o 70 son de mujeres emprendedoras o empresarias. Queremos datos y visibilizar que muchas mujeres tenemos nuestras pequeñas empresas”. —**Experta Xarxes**

“A parte de Barcelona Activa también hay proyectos por barrio, el Ayuntamiento propiamente también tiene cosas, la Generalitat de Catalunya, el Institut Català de les Dones, y luego el Gobierno central”. —**Experta Xarxes**

“Jo crec que en **formació i acompanyament hi ha recursos a punta i pala**. Estem parlant de Barcelona, no de la zona rural, i ja a internet pots tenir tota la formació gratuïta que vulguis. I és veritat que Barcelona Activa té un pes brutal. Fa molts anys que hi ha l’Escola de Dones Emprenedores”. —**Experta Formació i Cooperativisme**

Cal dir tanmateix que entre les emprenedores que han fet ús dels serveis ofertats per Barcelona Activa, la valoració que es fa de l'entitat és **molt positiva**, especialment en el cas de les que encaixen en major mesura en el que hem anomenat emprenedora funcional, les quals destaquen en positiu els següents aspectes de l'entitat:

- Formacions en temàtiques variades i en diferents formats —des de cursos de varis mesos a sessions intensives—.
- Acompanyament i mentoria propera i continuada.
- Construcció de xarxes: facilita entrar en contacte amb altres emprenedores.
- Orientació i ajuda en la sol·licitud de subvencions i ajudes econòmiques en general.
- Ajuda en la realització de tràmits burocràtics.

“Vaig fer el curs de ‘Fet a Mà’ a Barcelona Activa, que em va salvar la vida. I després del curs tenies dret a unes tutories. També elles tenen molts contactes de la gent que ha passat per allà, llavors **et posen en contacte amb altra gent del teu sector**, o persones que ens podem complementar... **fan com una xarxa**”. —**Emprenedora Manufactura**

“També algun cop he anat a la **Incubadora**, on em van donar d'alta d'autònoms. La Incubadora és una seu de Barcelona Activa **per empreses que estan a punt de començar, on t'assessoren i t'acompanyen en algunes parts del principi**. A part d'això, també fan càpsules que són sessions de dues hores en les que et donen com una visió molt general d'un tema que a tu et pot interessar, tenen de tots els àmbits que puguis imaginar. A part de donar-me d'alta, també vaig anar l'any passat per demanar una subvenció, on també **m'ho van fer tot ells**, i després a Glòries també he anat algun cop a assessoria”. —**Emprenedora Manufactura**

- En algun cas es menciona la OAE (Oficina d'Atenció a l'Empresa, de Barcelona Activa) de la que es destaca en positiu que ofereix acompanyament i organitza trobades d'empreses i reunions de responsables d'empreses noves amb persones que estan en l'etapa més inicial del conjunt del procés d'emprenedoria (en fases de creixement)

“Després de dos anys amb Barcelona Activa em van dir que ja havia arribat el moment de volar sola, però em van remetre a l'Oficina d'Atenció a Empreses on em van ajudar amb un tema de finançament, i on he estat aquest matí explicant com vaig muntar l'empresa a persones que tots just ara estan començant”. —**Emprenedora Manufactura**

Entre les emprenedores vocacionals, en canvi, els discurs és més crític:

“En general, creo que en Barcelona Activa tienen un exceso de burocratización, y que lo bajan todo a un nivel que hay **gente intermedia como yo que nos quedamos fuera**. Está todo diseñado y enfocado para gente que parte de cero. Yo necesito otro tipo de cosas, yo no puedo perder cuatro mañanas en un curso donde te enseñan cosas que para mí son muy básicas”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

“**Lo básico** que dan en Barcelona Activa a nosotras no nos aporta nada, y encima nos lo filtran, nos lo ponen como obligatorio para acceder a cualquier otra cosa”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

“Yo creo que **Barcelona Activa** está pensada para la microeconomía, para gente que quiere **autoempleo** o una **empresa pequeña** de cinco trabajadores. No es para alguien que quiere montar un proyecto con ambición de ser líder global”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

“**El café para todos no funciona.** Con todo el respeto, pero tú no puedes meter en un mismo saco quien empieza con una *startup* tecnológica con quien monta una peluquería. **Cada cosa es diferente y necesita unos recursos y unas formaciones diferentes.** Y, además, hacer *network* y el compartir tu experiencia ayuda mucho, pero con gente que tenga los mismos problemas que tú. Si no, es una pérdida de tiempo”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

Dins d'aquest perfil d'emprenedores cal assenyalar l'excepció de les emprenedores amb un perfil més tècnic que es senten menys formades en coneixements empresarials. Aquestes empresàries valoren molt positivament el programes d'emprenedoria de Barcelona Activa, especialment les tutories i la mentoria.

“Per un dels projectes que vaig fer, vaig anar a **Barcelona Activa** a fer un curs intensiu de tres dies que es diu ‘**Creamedia**’ i on t'ensenyen tots aquests **temes econòmics, legals i comercials** que no coneixes. És per empreses creatives. M'ho va dir una amiga que el coneixia. Va estar molt bé, molt recomanable, tot el que t'ensenyen serveix, et dona una visió general... però **les formacions són massa genèriques.** I com que cada empresa i cada producte és un món, és complicat que aquestes formacions realment et resultin útils. Jo vaig estar fent el pla d'empresa amb un grup on també hi havia un projecte d'un taller de bicicletes!! I si tu estàs fent una aplicació per llits elàstics interactius, doncs no et serveix massa. La part més interessant del ‘**Creamedia**’ són les tutories personalitzades, perquè era un ajuda concreta i adaptada al teu cas específic”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

“A mí en **Barcelona Activa** me fue muy bien, porque yo solo sabía de lo técnico y científico, pero **no sabía nada del mundo empresarial.** De toda la información que me dieron, yo me fui quedando con la que creía que necesitaba. Es verdad que **es una formación como muy estandarizada,** pero para especializar los proyectos existe la **figura de los mentores,** que es gente que ya tiene su negocio y que empezó en Barcelona Activa”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

En relació a altres referents de suport a l'emprenedoria a Barcelona mencionats per les emprenedores i les expertes entrevistades són els següents:

- ACCIÓ (Agència per la Competitivitat de l'Empresa). Generalitat de Catalunya
- Cambra de Comerç
- Foment del Treball
- Escoles de negocis com ESADE i IESE, vinculades al perfil d'emprenedoria més vocacional

“Cada cop tenim més dones universitàries que volen emprendre, encara que en certes zones com la nostra, seguim tenint moltes dones amb un baix nivell de qualificació. El meu context, Santa Coloma, té una cua de dones vulnerables que no t'explico. I després tinc **dones molt potents,** però aquestes les acabem derivant a Esade Creapolis”. —**Experta Acompanyament**

o8. Conclusions

L'estudi que retrata les dones emprenedores a Barcelona amb l'objectiu de perfeccionar i innovar en el disseny de les polítiques de suport, constitueix per se una declaració d'intencions. Suposa, d'entrada, el reconeixement que les dones i els homes són diferents i no només per raons biològiques sinó també per motius socials, amb la qual cosa el col·lectiu desfavorit mereix una especial atenció. El fet és que mitjançant el procés de socialització al qual som sotmesos els individus des que naixem, s'inculquen els estereotips de gènere que no només són descriptius sinó també prescriptius. Així és com les diferències biològiques entre sexes s'agreugen després d'haver estat socialitzats. La desigualtat construïda socialment exerceix una clara influència en les persones en el moment de la generació de les vocacions i de la tria de carrera professional, de manera que una de les conseqüències més palpables és la divisió sexual de treball i la manca d'equitat en el mercat laboral.

D'aquesta manera succeeix que les diferències de gènere imperants a la societat també es reproduïen en el terreny de l'emprenedoria, més encara quan l'imaginari col·lectiu associa aquesta ocupació al poder polític i econòmic: la literatura publicada en emprenedoria ens recorda que hi ha menys dones empresàries, que emprenen en sectors diferents als dels homes i que presenten uns indicadors d'acompliment empresarial (facturació, inversió, rendibilitat) amb pitjors resultats. L'assumpció de la influència de la socialització en el terreny de l'emprenedoria posa de manifest la necessitat de recerques i polítiques públiques específiques per a dones, amb l'objectiu de reduir la bretxa existent mitjançant un canvi en les relacions de gènere entre els individus. Es tracta, tanmateix, d'una proposta alternativa al paradigma imperant segons la qual es posa en dubte la validesa del model normatiu d'emprenedoria, liderat per homes. Aquesta recerca destaca els perjudicis i debilitats que pateixen les empresàries a Barcelona però també els trets femenins que aporten a la creació d'empreses, els quals contenen beneficis i fortaleces que poden conduir cap a una millora del sistema econòmic.

Una de les primeres conclusions de l'estudi evidencia que ens trobem davant d'un col·lectiu parcialment visible a nivell estadístic. Sobta constatar com, encara avui, les persones que donen d'alta un negoci no han de registrar el seu sexe en l'imprès de tramitació. Tampoc a l'hora de dipositar els comptes anuals de les empreses al Registre Mercantil cal indicar el sexe dels administradors que alhora són propietaris de les empreses. Aquesta manca de visibilitat estadística és una mostra més de la dissociació a la nostra societat entre la figura de la persona emprenedora i les dones. Una de les fonts estadístiques que més s'acosta al retrat del col·lectiu prové de la Mostra Contínua de Vides Laborals subministrada pel Ministeri de Treball i Seguretat Social. S'acosta, però no és completa, ja que només permet visibilitzar les empresàries en règim d'autònoms, quedant en el silenci estadístic les empresàries que cotitzen en el règim general assimilat. D'altra banda, la metodologia emprada per a l'elaboració de la Encuesta de Población Activa provoca que la mida de la mostra no sigui significativa quan es baixa al nivell municipal, i l'explotació de l'informe GEM Catalunya per a la ciutat de Barcelona és una font adequada que apunta tendències en opinions i comportaments però que es fonamenta, de nou, en una mostra de la població total. Finalment, les dades aportades per Barcelona Activa són rellevants perquè és l'organisme públic de major magnitud (tant a la capital com al conjunt de Catalunya), però malgrat això, és evident que no tothom que emprèn es converteix en usuari dels seus serveis. Així doncs, el retrat de les dones emprenedores de Barcelona resulta de l'encaix de les diferents fonts d'informació.

La fotografia de les emprenedores a Barcelona mostra que es tracta d'un col·lectiu que representa el 39 % del total de l'empresariat autònom. Les dones s'hi donen d'alta cap als 36 anys i romanen durant un període mig de 7,8 anys. La mitjana d'edat de les autònomes barcelonines és de 46 anys, i un 70 % de les mateixes posseeixen estudis secundaris o superiors. Mentre que elles tenen major tendència cap al règim d'autònoms, els empresaris creen més societats mercantils. D'altra banda, les empresàries inverteixen menys capital en la constitució de l'empresa i la gestionen des de l'estalvi i no des de la inversió, comprometent-se menys en l'endeutament. La major propensió al risc pot ser una de les raons per les quals els homes manifesten que la causa del tancament del negoci hagi estat les dificultats de caire econòmic i financer. En canvi elles exposen que les raons que expliquen el tancament estan relacionades amb les obligacions laborals, la manca d'un perfil complementari dins el negoci per a tirar-lo endavant o bé dificultats de caire tècnic.

El sector econòmic en el que les dones creen els seus negocis de forma aclaparadora és el dels serveis, i específicament en els serveis al consumidor en major mesura que els serveis a les empreses. Les activitats econòmiques —d'acord a la classificació del CNAE— en les que elles emprenen majoritàriament són el comerç al detall i l'hostaleria (tanmateix cal dir que destaca una tercera activitat: la de la cultura, el turisme i l'oci). Aquestes són també a Catalunya i a Espanya les activitats predominants entre les dones que creen empreses. Alguna de les expertes entrevistades ha destacat, tanmateix, la presència emergent de dones en el món de l'economia social, la qual cosa pot ser interpretada per l'associació que fa la socialització entre el que és femení i el que és col·lectiu. Al cap i a la fi, les dones emprenen en negocis relacionats amb la seva formació, i la baixa presència en empreses de base tecnològica no és res més que la conseqüència de les escasses vocacions femenines en ensenyaments STEM (ciències, tecnologia, enginyeria i matemàtiques). Cal seguir empenyent les polítiques educatives que despertin l'interès de les nenes i noies en aquests ensenyaments.

Quant als homes, coincideixen en el sector del comerç al detall com un dels més triats a l'hora d'emprendre, tot i que ells mostren una major diversificació en altres branques d'activitat com ara la construcció o el comerç a l'engròs. De forma genèrica es pot afirmar que les dones emprenen en major mesura en negocis per als quals han assolit la formació específica i necessària per l'activitat a la que es dediquen, mentre que els homes posseeixen major experiència laboral prèvia en l'àmbit de la gestió empresarial.

Les dones que tenen empreses sense treballadors són la gran majoria i, segons fonts quantitatives, es caracteritzen per aportar certes dosis d'innovació al model de negoci (Guallarte, C. et al., 2017). L'activitat exportadora ha minvat clarament des del 2005, la qual cosa també ha succeït en les empreses dels homes (els serveis són més difícilment exportables).

En relació a altres àmbits geogràfics, s'observa que a Barcelona hi ha un percentatge d'empresàries (39 %) lleugerament superior al de Catalunya (37,1 %) i al del conjunt d'Espanya (35,7 %). Les barcelonines es donen d'alta al règim d'autònoms un any més tard que el conjunt de les catalanes i les espanyoles. El temps durant el qual estan donades d'alta és inferior en el cas de les barcelonines (7,8 anys) que en el de les catalanes (8,8 anys) i les espanyoles (8,4 anys). El nivell d'estudis de les autònomes de Barcelona és clarament superior al dels altres dos àmbits territorials: mentre que el 70 % de les empresàries de Barcelona posseeixen estudis secundaris i superiors, només un 56 % de les catalanes o un 51,3 % de les espanyoles l'han assolit.

Barcelona és una ciutat òptima per a emprendre, i malgrat la crisi econòmica que arrenca al 2008, les dones perceben l'emprenedoria com una bona opció professional i un camí adequat cap a una redistribució més equitativa de la renda entre els ciutadans, tot i que al 2016 veien poques oportunitats immediates de negoci. Amb tot, durant el període 2005-2016 han augmentat les emprenedores potencials, s'han mantingut les qui es troben en la fase inicial del procés i s'han doblat les consolidades.

Les emprenedores donen més importància a la influència que poden exercir els mitjans de comunicació en l'impuls a la creació d'empreses que no pas al fet de tenir models de referència a imitar. D'altra banda, contempen la por a fracassar en l'aventura empresarial com un dels principals frens per donar el pas (una conseqüència clara de l'estereotip de gènere que sosté que les dones tenen poca propensió al risc) i consideren més important que els homes el fet de comptar amb els coneixements i les habilitats necessàries (en aquest cas l'estereotip associa els homes amb la seguretat en sí mateixos). L'àmbit públic ha estat reservat tradicionalment als homes mentre que el privat a les dones. En l'intent de trencar amb la tradició, les emprenedores es troben amb una manca de suport del seu entorn immediat (família, parella, amics). La permanent necessitat d'assolir major formació amaga inseguretat i por, i la major prudència provoca menors possibilitats futures de creixement del negoci, la qual cosa encaixa amb la concepció de font d'ingressos secundària corresponent a la remuneració aportada per les dones a les llars. Els seus plantejaments empresarials tendeixen a ser més locals que no pas globals. Es detecta la tendència a subcontractar poc els serveis auxiliars a les empreses, la qual cosa les sobrecarrega de feina i minva les forces que haurien d'anar adreçades a tasques vitals per a la supervivència del negoci. Tanmateix, les tasques de cura i reproducció domèstica comporten una segona jornada laboral.

Mentre que el 64 % del homes manifesten que emprenen majoritàriament per oportunitat (i dins d'aquesta motivació, la voluntat d'augmentar ingressos supera clarament la d'aconseguir major independència econòmica), les dones mostren un equilibri entre l'emprenedoria per necessitat (31 %) i la d'oportunitat (36 %). Aquestes dades condueixen a pensar que el pes relatiu de l'emprenedoria per aconseguir un *modus vivendi* és superior en el cas de les dones, ja que els emprenedors ho fan majoritàriament per donar un salt qualitatiu en el seu nivell de vida (només el 14 % d'ells emprèn per necessitat). Aquestes dades corroboren les opinions d'algunes expertes entrevistades en el treball segons les quals, en algunes ocasions, les dones accedeixen més a l'emprenedoria per necessitat que no pas per oportunitat. En aquest punt fora bo remarcar que cal que les administracions que s'adrecen al col·lectiu d'emprenedores distingeixin entre els dos perfils que requereixen serveis diferenciats.

Les estadístiques ofereixen una imatge panoràmica i uniformitzen el col·lectiu, però és evident que ser dona i ser emprenedora no conforma un perfil homogeni ni clarament definible, de manera que l'anàlisi qualitativa permet esbossar alguns trets actitudinals que resulten habituals en les emprenedores. Es tracta d'uns trets que sovint s'acaben convertint en dificultats objectivables i limitacions en la concreció i la consolidació dels projectes d'emprenedoria. Les entrevistes en profunditat realitzades a empresàries i expertes han permès la seva detecció, analitzant separatament les fases de gestació, creació i creixement del negoci. La bona notícia és que aquests trets característics són fruit de la transmissió dels estereotips de gènere que es produeix en el procés de socialització, així com del context cultural, polític i socioeconòmic en el que la dona es mou, i per tant, són susceptibles de ser corregits o modulats mitjançant mesures aplicables en el àmbits educacional, cultural, polític i econòmic.

El resum dels principals reptes i necessitats a cobrir en relació a l'emprenedoria femenina a Barcelona és el següent:

1. La manca d'informació estadística sobre emprenedoria femenina.
2. Les limitacions que els rols de gènere suposen en el món laboral en general, i en l'emprenedoria femenina en particular.
3. La pressió social sobre les dones per tal que segueixin assumint majoritàriament la responsabilitat de les tasques de cura i de reproducció domèstica.
4. La tendència a la baixa confiança de moltes dones en les seves pròpies capacitats.
5. Dissenyar acompanyaments diferenciats entre l'emprenedoria per necessitat i l'emprenedoria d'oportunitat.
6. El baix coneixement de la quantitat de recursos existents de suport a l'emprenedoria per part de les emprenedores.
7. El baix coneixement, la percepció de poca accessibilitat i l'excessiva atomització de les associacions de dones emprenedores.

Per acabar, s'aporten les possibles accions que expertes i emprenedores consideren que caldria implementar a fi de donar resposta a aquestes necessitats. Algunes d'elles ja s'estan duent a terme des de les institucions públiques (com és el cas de Barcelona Activa), la qual cosa implica que hi ha manca d'informació, de manera que és possible que calgui fer-les més visibles.

ENFRONT LA MANCA D'INFORMACIÓ ESTADÍSTICA SOBRE EMPRENEDORIA FEMENINA

- Creació d'un **Observatori d'Emprenedoria Femenina per a mesurar i objectivar** la realitat de les dones que decideixen emprendre o generar i integrar aquestes dades en els organismes que fan un seguiment de l'emprenedoria en general.
- Introduir la variable sexe del propietari/ària en les enquestes del comerç i la restauració que l'Ajuntament de Barcelona du a terme amb diferents periodicitats, en els impresos de les taxes d'escombraries, en les llicències d'activitat i en el model 036 de l'Agència Tributaria.
- Disposar de dades d'emprenedoria femenina permetria:
 - › Donar-li visibilitat.
 - › Generar **consciència social**.
 - › Analitzar la seva **evolució en el temps** i entendre en profunditat quines són les **variables clau que hi intervenen**.
 - › **Contrastar amb les dades sobre empenedoria masculina** per detectar patrons i aïllar les qüestions lligades al gènere de les que no ho són.
 - › Detectar els àmbits i les qüestions concretes en les que caldria dissenyar i posar en marxa **polítiques i programes de suport a l'emprenedoria femenina ajustades a la realitat**.

“Lo de l'observatori és important perquè **necessitem dades**, perquè encara passa que allò que té a veure amb el gènere és subjectiu...És a dir, encara hi ha la idea que «ets tú que ho vius així». **Necessitem objectivar les coses** per poder dir que 3 de cada 10 no sé què... S'ha de muntar un **observatori per generar consciència social**. Si no tenim dades que recolzin no anem bé, perquè sempre hi haurà gent que et dirà que això és la teva manera de veure-ho. Necessitem dades i informació. És una visió molt patriarcal del món, però tot el que no es mesura no existeix...”. —**Experta Formació i Cooperativisme**

ENFRONT LES LIMITACIONS QUE ELS ROLS DE GÈNERE SUPOSEN EN EL MÓN LABORAL EN GENERAL, I EN L'EMPRENEDORIA FEMENINA EN PARTICULAR

- Invertir en l'**educació de l'emprenedoria a les escoles i les universitats** com una estratègia per substituir la creença que “cal formar-se al màxim per a que em contractin” per la que sosté que “cal formar-se al màxim per decidir lliurement com desenvolupar la meva carrera professional”.

“Cal invertir en **educació en emprenedoria a les escoles i a les universitats** perquè és on neix tot l'amoblament. La gran assignatura pendent és educar en cultura d'emprenedoria, de risc i d'error i entendre que al llarg de la teva vida potser tindràs 7 o 8 feines diferents”. —**Experta Formació**

“Durant tota la vida ens han dit que ens hem de formar perquè sinó no trobarem feina, no ens han parlat mai de l'emprenedoria, la idea era que et donaran o no et donaran feina. Si això ens afecta a tota la societat, segurament a les dones ens afecta encara més, perquè ens han criat per ser mares de família”. —**Emprenedora Manufactura**

- Apostar de forma clara per la **perspectiva de gènere dintre dels programes de foment i suport a l'emprenedoria**: facilitar els miralls per a que tots i totes **prenguem consciència de les limitacions que suposen els rols de gènere** en l'aventura emprenedora.

“Cal fer **més èmfasi en temes de gènere** en tots els programes. No només que incorpori més dones sinó la **perspectiva de gènere dintre dels nostres programes**. Llenguatge no sexista, llenguatge inclusiu, introduir aquests miralls per a que veiem com assumim rols de gènere”. —**Experta Promoció i Acompanyament**

“Els **rols de gènere són limitants** tant per als homes com per a les dones. Que siguis conscient del que implica el gènere és fonamental i per això **cal posar miralls**. Que t'identifiques amb uns valors, amb una forma de fer doncs tens tota la llibertat individual per fer-ho, però **ara mateix no són eleccions lliures**, són eleccions que venen determinades per uns estereotips que no et permeten prendre aquesta decisió des de la llibertat”. —**Experta Promoció i Acompanyament**

ENFRONT LA FORTA PRESSIÓ SOCIAL SOBRE LES DONES PER TAL QUE SEGUEIXIN ASSUMINT MAJORITÀRIAMENT LA RESPONSABILITAT DE LES TASQUES DE CURA I REPRODUCCIÓ DOMÈSTICA

- El primer pas és facilitar que homes i dones prenguin veritable **consciència d'aquest greuge comparatiu**.

“A nivell personal, això es canvia quan tries a la teva parella. I des de el punt de vista de la institució, el que hem de fer és **posar miralls**. A nivell de gènere donem moltes coses per suposat i que no ho són i **fins que no les veiem no els hi posarem remei**”. —**Experta Creació i Acompanyament**

- Enlloc de seguir parlant de *conciliació* (sempre en femení), cal que centrem els esforços en transmetre el concepte de **coresponsabilitat** en les tasques de cura i de reproducció domèstica, conscienciar a nivell social sobre la **necessitat d'implantar-la i treballar en mesures que l'afavoreixin**.

“**Que les parelles siguin corresponsables amb els seu fills**. Ens equivoquem quan volem fer-ho tot tan femení. El que hem de fer és que sigui tot molt més corresponsable, tant és si ets tu o jo”. —**Experta Formació**

“Per a mi **el quid de la qüestió no està en la conciliació sinó en la coresponsabilitat**. Per a mi la millor mesura és no fer res per a les dones. Agafa els homes i els hi parles de conciliació. Per a mi **el focus no ha d'estar en elles sinó en ells**. Poseu-vos les piles, si us plau. Mesures pels homes. I si només ho demanen les dones doncs **que sigui obligatori per a ells**, no sé. Però són un tipus de mesures i polítiques públiques que van molt més lluny de lo local”. —**Experta Formació i Cooperativisme**

“O negocias con la pareja o nada, porque si la pareja no te acompaña y quieres tener hijos o te gastas la mitad de tu sueldo en una señora que cuide a tus hijos o acabas renunciando al proyecto. (...) **Hay que compartir la responsabilidad con la pareja**. Si no, las mujeres estaremos siempre en desventaja”. —**Experta Xarxes**

- Fomentar l'aplicació de **mesures correctives** (exemple: baixes per paternitat obligatòries a les empreses), el que també permetria eliminar l'actual discriminació en la contractació de dones a les empreses.

“Les institucions podrien fer **permisos de paternitat llargs i obligatoris**. És fonamental per dues raons. Per una banda **desincentiva la discriminació a l'hora de la contractació**, perquè tant ells com elles, quan tinguin criatures, estaran de baixa. I per l'altra, això afavorirà que els homes estableixin lligams emocionals més forts amb les criatures i els converteix en pares més implicats”. —**Experta Creació i Acompanyament**

ENFRONT LA BAIXA CONFIANÇA DE MOLTES DONES EN LES SEVES PRÒPIES CAPACITATS

- Proporcionar **referents de lideratge i emprenedoria femenina**: donar més visibilitat a les dones en els diferents àmbits professionals mitjançant una **política de quotes** i donant difusió a **casos d'èxit** d'emprenedoria femenina.

“Donar **visibilitat** en tots els àmbits de les dones. Jo crec en les quotes i donar responsabilitat en tots els àmbits. Les quotes està demostrat que són una forma molt més ràpida d'obtenir resultats. Tindràs **referents** a tot arreu amb formes de fer molt diferents. Al final en tindràs moltes. N'hi ha d'haver moltes. **Les quotes t'ajuden a que més dones arribin a tot arreu**”. —**Experta Promoció i Acompanyament**

“S'ha de fer **pedagogia**, molta pedagogia. Tus pots fer un anunci de Barcelona Activa però això es queda curt. S'han de **posar en valor casos d'èxit**. La gent s'ha d'**emmirallar**. Nosaltres fem els premis “Fem Talent”. És una jornada preciosa, però caldria donar-li més ressonància... Totes les dones de més de 45 anys haurien de rebre quelcom d'allò. Cal que es busquin fons. Els casos d'èxit és el millor. Perquè tothom sàpiga que aquella dona se'n ha sortit i que tu també pots. Aquest ha de ser el missatge: **tu pots**”. —**Experta Xarxes**

“Tots els referents d'emprenedoria són masculins, és una pena, són com al llibres d'història, sempre s'expliquen des del masculí. Cal donar **visibilitat a referents femenins**”. —**Emprenedora Manufactura-Cooperativa**

- Treballar per **fomentar i potenciar la sororitat**, i deixar de jutjar les dones tan durament com tendim a fer-ho en comparació amb els homes.

“També hem de treballar la **solidaritat entre nosaltres**. Som molt més dures jutjant a les dones que als homes. Hem de **posar en valor el que fem**. Això els homes sí que ho fan i n'hem d'aprendre. Donem més mèrit als homes que a les dones. Com canvia la mirada de les coses quan estem parlant d'homes i de dones i som nosaltres qui estem jutjant. Davant el dubte, cal que donem suport a les dones. Es tracta d'una major creença en el gènere”. —**Experta Promoció i Acompanyament**

- **Potenciar habilitats** que, per motius educacionals/de socialització, són **més febles en les dones emprenedores** i que els puguin aportar la seguretat que sovint els falta ex.: comunicar de manera assertiva, negociar, parlar en públic.

“Cal que les dones reforcin, per exemple, el tema de la **comunicació**. Comuniquem de forma diferent, i hem de generar el gust per a que la gent vulgui parlar i comunicar-se. Entendre que **ningú no pot expressar millor el que tu penses** és molt bàsic. I perquè cedim aquesta veu als homes? Cal que **les dones aprenguin i perdin la por a comunicar** decisions, projectes...”. —**Experta Promoció i Acompanyament**

“Faltaría formación práctica que te sirva cuando sales a los leones, es decir, formación por **skills** que te aporten seguridad, como **negociación, hablar en público, comunicar...**”. —**Emprenedora Base Tecnològica**

- **Necessitat de més suport per afrontar el creixement empresarial** que requereix, com hem vist abans, prendre decisions de creixement que no sempre resulten senzilles, perquè impliquen canvis importants en la forma de treballar, endinsar-se en terrenys desconeguts i/o un cert risc de fracàs.

ENFRONT AL DISSENY DIFERENCIAT DE L'ACOMPANYAMENT DE L'EMPRENEDORIA DE NECESSITAT I L'EMPRENEDORIA D'OPORTUNITAT

- Diferenciar de forma clara **entre emprendedoria per necessitat i per oportunitat** i adaptar els **programes de suport i acompanyament a cada fórmula**.

“Hi ha una incultura financera brutal. Hi ha gent que no té ni un duro, que no té ni per pagar el lloguer i està fent un curs d'emprenedoria perquè li bonifiquen i tenen una subvenció de no sé quina manera. I això és pervers. Perquè tens una massa de gent que d'intencions i capacitat zero però van fent crèdits. Aquesta gent no necessita ser emprendedora, el que necessiten és ajuda d'autoocupació”. —**Experta Formació**

- Donar suport econòmic només a projectes que realment tinguin perspectives d'èxit. **La solidesa del projecte ha de ser sempre la prioritat**, perquè el fracàs d'un projecte emprendedor i pot tenir efectes devastadors en les persones.

“Els diners han de ser el suport i no la condició per fer un projecte. Primer el projecte i després ja anirem a demanar diners, no al revés. Perquè després els diners s'han de tornar. Es juga amb l'economia de les famílies. Els diners s'han de donar només a projectes que vegis que puguin tenir èxit, i ja no pel fracàs, sinó perquè mates a la persona”. —**Experta Xarxes**

- Donat que no podem parlar de *dona emprendedora* com si fos un col·lectiu homogeni i que existeixen **diferents perfils**, els programes de suport i acompanyament han d'estar **dissenyats de forma específica per a cada un d'ells**, però contemplant la inclusió d'**espais/moments de connexió entre perfils** per a afavorir l'intercanvi de visions/experiències i aprofitar les possibles sinergies.

“La dona no és un concepte homogeni. S'han de buscar patrons de comportament dintre de la feminitat. No és el mateix un col·lectiu jove, tecnològic i startapero que una dona en situació de conciliació vital, que una dona que s'ha quedat fora del mercat laboral. Cal dissenyar uns **itineraris formatius específics per a cada perfil**”. —**Experta Formació**

“Hem de tenir definits **itineraris diferents per a cada perfil d'emprenedora**, per objectius molt concrets, i no solapar-los. Però després crec seria molt interessant, en algun moment de l'itinerari, que hi hagi punts de connexió, espais de connexió. Ajuntar diferents perfils pot ser molt ric, per a conèixer altres realitats, empatitzar amb altres realitats i aprofitar possibles sinergies”. —**Experta Creació i Acompanyament**

- Els programes de suport han d'incloure uns **itineraris formatius específics** que satisfacin les necessitats particulars de cada perfil.

“Les emprendedores vocacionals creixen més que les altres. Perquè tenen tots els factors a favor. Estan millor. I la xarxa de contactes. A aquestes les hem que potenciar i consolidar”. —**Experta Creació i Acompanyament**

“I les que emprenen per necessitat les hem de fer créixer una mica perquè sinó se'ns quedaran en l'autoocupació. I l'autoocupació moltes vegades és autoexplotació. Això és el que hem de treballar. L'autoocupació no és dolenta amb bones condicions de sou, horari, etc. El problema és quan l'autoocupació es converteix en autoexplotació”. —**Experta Creació i Acompanyament**

ENFRONT EL BAIX CONEIXEMENT DE LA QUANTITAT DE RECURSOS DE SUPORT A L'EMPREDORIA PER PART DE LES EMPRENEDORES

- Donar **més visibilitat a tots els programes** que s'estan fent i a les entitats que hi estan treballant.
- Ordenar els recursos de **formació**: més **coordinació entre entitats** (evitar solapaments o que els recursos estiguin massa escampats) no només per a **oferir els recursos**, sinó també per a **detectar-ne les necessitats** sobre les que dissenyar els continguts.

“**La formació està escampada.** Jo tinc dones que derivo a Barcelona Activa perquè no tinc un programa tan potent de dones. Les dones són més sensibles i molt capaces de treballar formacions molt personalitzades. El pack que oferim és potent, però està tot desordenat. **Massa temps generant i poc temps ordenant.** Estaria molt bé que tinguéssim clars itineraris de formació per Internet. A vegades 3 administracions fan el mateix”. —**Experta Creació i Acompanyament**

“Les institucions han d'aprendre a treballar organitzadament. Per exemple, **Barcelona Activa hauria de tenir totes les dades del SOC** i en el moment que les dones s'apunten al SOC, haurien de tenir la porta oberta de Barcelona Activa. **S'han de coordinar i han d'anar a l'origen**, que segurament és el SOC, en el moment que van a buscar feina. Amb un projecte que els informi”. —**Experta Xarxes**

- Disposar d'un **Punt d'Atenció a la Dona Emprenedora** on **centralitzar** tots els recursos disponibles i on **orientar** a cada dona empenedora per donar resposta a les seves necessitats específiques.

“Un racó on caure morta i anar a plorar estaria bé. Un **punt d'informació i assessorament.** Tu vine, ens expliques la teva peli i ja trobarem la solució. **L'Escola de Dones Emprenedores** hauria de convertir-se precisament en aquest punt d'atenció a la dona empenedora”. —**Experta Formació i Cooperativisme**

“Necessitem **finestres úniques empresarials** de cara els tràmits. **Una FUE de tràmits per a tots els serveis.** Hem de ser molt **facilitadors.** No els hi hem de fer la feina però sí facilitar”. —**Experta Creació i Acompanyament**

- Cal que les entitats públiques adoptin **una forma de fer més empresarial** i que adoptin una **actitud proactiva en la recerca de “clientela”** enlloc d'esperar a que les vagin a buscar → Exemple: buscar “clientela” en universitats, en oficines, del SOC, etc.

“Tenen gent molt vàlida a Barcelona Activa però la **mentalitat no és empresarial.** Barcelona Activa ha de canviar el xip i **ha d'anar a buscar el client.** **No pot esperar a que la busquin i la trobin.** Faltaria **anar al mercat**, aturats, universitaris. Saps quan acabem la carrera i quan estan a l'atur. Doncs t'hi has d'apropar en aquests moments”. —**Experta Xarxes**

ENFRONT EL BAIX CONEIXEMENT, LA PERCEPCIÓ DE POCA ACCESSIBILITAT I L'EXCESSIVA ATOMITZACIÓ DE LES ASSOCIACIONS DE DONES EMPRENEDORES

- Cal treballar a tres nivells:
 - a) **Donar a conèixer** les diferents associacions (ex.: creant una plataforma comuna o publicitant-les totes en un mateix espai virtual).
 - b) **Apropar-les** a les dones emprenedores, independentment de les seves motivacions per emprendre, del sector en el que operin o de la mida del seu negoci.
 - c) **Neutralitzar l'actual atomització** de les associacions i afavorir la creació de pons de connexió i de col·laboració entre elles:
 - › Construint un espai de trobada i coordinació d'associacions (ex.: creant un Consell de Dones Emprenedores a Barcelona Activa que vetlli per les diferents associacions)
 - › Implicant-les en projectes/objectius comuns (ex.: projecte 'Copersona')

“Las asociaciones deberíamos relacionarnos y **hacer frente común**. (...) Si tenemos objetivos comunes, ¿por qué no podemos hacer cosas juntas? (...) El proyecto de 'Copersona' está ayudando mucho en este sentido, porque empezaron FIDEM y Matters y vieron que el proyecto era muy gordo y nos invitaron y estamos trabajando con ellas. El objetivo es hacer un frente común”.
—**Experta Xarxes**

“Yo me planteo varios objetivos: retomar **red de contactos con otras asociaciones** y hacer más partícipes a las socias, implicarlas más. (...) También corregir esa idea que se tiene de que las asociaciones solo son para ejecutivas agresivas, pero es difícil porque es la imagen que transmite la propia Administración Pública”. —**Experta Xarxes**

“cal reactivar i posar en valor les xarxes múltiples de dones que hi ha. I crear un Consell de Dones, per exemple, estaria bé **que Barcelona Activa tingués un Consell de Dones Emprenedores**, una espècie de taula que vetlli per les diferents xarxes de dones que existeixen” (experta FORMACIÓ i COOPERATIVISME)

“Les xarxes han d'aprendre a **organitzar-se entre elles** perquè han de ser més transversals. Però dit així és parlar per parlar. Al final quan hi ha un **projecte comú**, la gent s'organitza. Un bon exemple d'això és el projecte 'Copersona'”.
—**Experta Xarxes**

“Vint anys enrere, nosaltres anàvem a les associacions per fer *networking*, sopars i fer amigues. Això ara no és així. Totes les joves que entren, entren si hi ha un **projecte concret**. La meva feina és pensar projectes. La gent necessita donar. Si no s'implica en un projecte, no hi ha camí”. —**Experta Xarxes**

- **Networking**: proporcionar espais de trobada de dones emprenedores de diferents sectors en un entorn relaxat per compartir experiències, problemes i pors, i afavorir la percepció de pertànyer a un col·lectiu (dones emprenedores) i l'empatia i la sororitat entre elles.

“Sería interesante propiciar **encuentros sinceros entre emprendedoras y empresarias**. Y digo sinceros en el sentido de que cuenten las cosas realmente como han sido. Porque a veces sí que veo que en los encuentros de empresarias, solo quieren presumir de su éxito y no quieren contar lo duro que ha sido, como si el haber triunfado hubiera sido fácil y eso no es verdad. Unos encuentros sinceros serían la manera de ayudarnos y aconsejarnos las unas a las otras”.
—**Emprenedora Base Tecnològica**

09. Bibliografia

- Ahl, Helen (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 30(5), 595-621.
- Barcelona Activa (2017). Estudi de seguiment dels projectes empresarials acompanyats l'any 2016.
- Bruni, Attila; Gherardi, Silvia & Poggio, Barbara (2004). Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs. *Organizational Change Management*, 17(3), 256-268.
- Guallarte, C.; Capelleras, J.L.; Fíguls, M.; Genescà, E. i Obis, T. (2017). Global Entrepreneurship Monitor. Informe Executiu Catalunya 2016. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Guallarte, C.; Genescà, E. i Obis, T. (2017). Activitat empenedora femenina a Barcelona (informe no publicat). Universitat Autònoma de Barcelona.
- Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT). Enquesta Població Activa: Instituto Nacional de Estadística (INE).
- Instituto Nacional de Estadística. (2016). Muestra Continua de Vidas Laborales [CD-ROM]. Madrid: INE.
- Kelley, Donna; Brush, Candida G.; Greene, Patricia & Litovsky, Yana (2011). *Global Entrepreneurship Monitor 2010 women's report*. Babson Park, MA: Babson College.
- Marlow, Susan, & McAdam, Maura (2013). Advancing debate: An epistemological critique of the relationship between gender, entrepreneurship and firm performance. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 19(1).
- Pérez-Orozco, Amaia (2018): *L'economia feminista posa la vida al centre*. Revista Cooperació catalana, número 418, març. Edita Fundació Roca i Galés.
- Pérez-Quintana, Anna; Sabata, Anna & Ginesta, Víctor (2018). *Foment a l'emprenedoria (social) de les dones*. De la Fuente, Maria (coord): *Innovacions locals contra la desigualtat de gènere a l'ocupació. Ciutats i persones*. Col·lecció Quaderns Grana. Institut de Ciències Polítiques i Socials.
- Pérez-Quintana, Anna; Hormiga, Esther; Martori, Joan Carles & Madariaga, Rafa (2017). The influence of sex and gender-role orientation in the decision to become an entrepreneur. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1), 8-30.
- Peris-Ortiz, Marta; Peris Bonet, Fernando, & Ribeiro-Soriano, Domingo (2010). Capacidades y mujer emprendedora. *Información Comercial Española, ICE*, 852, 153-165.
- Tan, Justin (2008). Breaking the "Bamboo curtain" and the "Glass ceiling": The experience of women entrepreneurs in high-tech industries in an emerging market. *Journal of Business Ethics*, 80(3), 547-564.
- Terjesen, Siri; Bosma, Niels & Stam, Erik (2016). Advancing public policy for high-growth, female, and social entrepreneurs. *Public Administration Review*, 76(2), 230-239.
- Wilson, Fiona, & Tagg, Stephen (2010). Social constructionism and personal constructivism: Getting the business owner's view on the role of sex and gender. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(1), 68-82.

Annex 1

Mostra Contínua de Vides Laborals (període 1962-2016)

En l'Annex 1 es presenta la informació referida al col·lectiu d'autònoms en l'interval d'anys 1962-2016. A partir de la MCVL s'obté una base de dades amb un total de 1.208.132 registres, que corresponen a la informació de les altes i les baixes de la vida laboral dels individus de la mostra. Aquesta mostra està realitzada a l'atzar i correspon al 4 % dels afiliats i pensionistes a la Seguretat Social de l'Estat Espanyol. El total d'aquest registre és de 334.930 persones autònomes.

Quant als resultats obtinguts cal dir que durant el període 1962-2016 les dones representen el 40 % de les persones autònomes a la ciutat de Barcelona. Aquests percentatges són molt similars als de la resta d'àmbits territorials, exceptuant el cas de l'Estat Espanyol on la proporció de dones autònomes suposa aproximadament el 37 % del total.

De mitjana, les dones barcelonines es donen d'alta d'autònoms cap als 37 anys, mentre que els homes ho fan quan són una mica més joves, als 34,5 anys. En canvi, en la resta d'àmbits territorials s'observa que els autònoms (tant dones com homes) es donen d'alta en edats més joves. De mitjana les i els autònoms de Barcelona ciutat tenen 46 anys i són lleugerament més grans que els de la resta de territoris.

De mediana, les dones de la capital han estat donades d'alta d'autònoms durant 5,8 anys mentre que els homes ho han estat durant 7,3. Aquestes dades són similars a les de la resta d'àmbits territorials. Pel que fa al nivell d'estudis assolits es constata que a la ciutat de Barcelona tant les autònomes com els autònoms presenten uns majors percentatges d'estudis secundaris i superiors (60,3 % i 59,6 % respectivament) que els que s'observen a nivell provincial, autonòmic i estatal.

En relació a l'activitat econòmica, la presència de les autònomes de la ciutat de Barcelona al comerç al detall és del 20 % (per un 12,8 % dels homes). Les dones presenten major concentració en dues activitats (comerç al detall i hostaleria) mentre que els homes mostren major dispersió (comerç al detall, construcció, comerç a l'engròs i hostaleria). En relació a la resta d'àmbits territorials, cal dir que els patrons de comportament són similars.

La Taula 29 resumeix aquest conjunt de dades¹².

¹² Autònoms: individus que han estat donats d'alta com a autònoms en algun moment de la seva vida laboral (en el període comprès entre 1962 i 2016).

Àmbit territorial: la taula indica el percentatge d'autònoms respecte el total d'autònoms de la mostra d'Espanya.

Sexe: Percentatge d'homes i dones que en algun moment han estat autònoms.

Edat d'alta al RETA: s'ha calculat l'edat en la data de la primera afiliació com a autònom. En base a aquesta informació s'ha calculat la mitjana d'edat en la que els individus s'han donat d'alta d'autònoms.

Edat dels autònoms: per a aquesta dada s'ha calculat la mitjana d'edat tenint en compte o bé l'edat final dels autònoms (entesa com l'edat que tenien quan es van donar de baixa) o bé l'edat que tenen actualment els qui encara estan actius al 2016.

Anys d'alta al RETA: Temps acumulat (en anys) que han estat donats d'alta com autònoms, calculat amb la mediana donat que la mitjana resulta ser poc representativa.

Estudis secundaris i superiors: agrupació *ad hoc*, en percentatge.

Grups CNAE 2009 (>10 %): es destaquen les activitats econòmiques a les quals es dediquen més d'un 10 % dels autònoms.

Taula 29. Autònoms període 1962-2016									
POBLACIÓ AUTÒNOMS GLOBAL n= 334.930 (27,7 % mostra)									
Àmbits territorials	BARCELONA CIUTAT (3,0%)		PROVINCIA BARCELONA (8,8%)		CATALUNYA (11,9%)		ESPANYA (100%)		
Autònoms per sexe	Homes (59,3%)	Dones (40,7%)	Homes (60,9%)	Dones (39,1%)	Homes (60,9%)	Dones (39,1%)	Homes (63,1%)	Dones (36,9%)	
Mitjana d'edat dels autònoms quan es donen d'alta	34,5	36,9	32,8	35,7	32,4	35,2	32,8	35,4	
Mitjana d'edat dels autònoms	45,9	46,2	44,9	45,3	44,9	45,1	44,6	44,5	
Mitjana d'anys que els autònoms estan donats d'alta	7,3	5,8	7,8	5,8	8	6	7,4	5,3	
Estudis secundaris i superiors	59,6%	60,3%	45,3%	48,7%	42,6%	46,7%	34,8%	41,5%	
Grups CNAE (>10%)	Comerç al detall (12,8%) Construcció (11%) Comerç a l'engròs (10,3%) Hostaleria (10%)	Comerç al detall (20%) Hostaleria (10,6%)	Construcció (17,5%) Comerç al detall (11,6%) Indústria (10,7%) Comerç a l'engròs (10,7%)	Comerç al detall (23,2%) Hostaleria (12,4%)	Construcció (18,7%) Comerç al detall (11,8%) Hostaleria (11%) Indústria (10,8%) Comerç a l'engròs (10,1%)	Comerç al detall (23,4%) Hostaleria (14,8%)	Construcció (19,1%) Comerç al detall (12,4%) Hostaleria (10,6%)	Comerç al detall (24,5%) Hostaleria (14,5%)	

Font: Fixers any 2016 de MCVL SDF. N=1.208.132 individus (mostra del 4% Població total d'afiliats i pensionistes a la Seguretat Social de l'Estat Espanyol).

Annex 2

Guió de les entrevistes

GUIA ENTREVISTA EMPRENEDORES

A. Introducció: Presentació de la recerca i de l'entrevistada

B. Punt de partida: motivacions i pors inicials envers la idea d'emprendre

Parlem de perquè i com vas decidir emprendre:

- Què et va motivar a emprendre? Com va sorgir la idea?
- Et veies a tu mateixa com a empresària?
 - › En cas negatiu, què és el que senties que et mancava per ser-ho?
 - › D'on creus que sortien aquestes creences?
- Com vas decidir el tipus de negoci que volies posar en marxa? Quines variables hi van intervenir? *(si no les mencionen en espontani, plantejar les següents variables):*
 - › Background familiar (existència o no de tradició emprenedora).
Han seguit amb el mateix negoci o n'han creat d'altres diferents?
 - › Formació reglada rebuda
Relacionada amb el negoci o res a veure?
 - › Experiència i recorregut professional previs
Tant com assalariades o bé com a empresàries amb un altre negoci diferent al que tenen ara
 - › Altres (...)

C. El recorregut com a dona emprenedora

En aquesta part de l'entrevista m'agradaria que poguéssim dibuixar una mena de mapa o itinerari que reflecteixi com ha estat el teu recorregut de dona emprenedora, des del moment en que decideixes emprendre fins al moment actual *(farem servir un full mida DIN A3 on dibuixarem una línia temporal i anirem marcant, de forma resumida, tots aquells moments decisius, les pors i dificultats, les solucions, les decisions preses, les ajudes rebudes, etc.)*.

- Dibuixar l'esquema del seu propi **RECORREGUT DE DONA EMPRENEDORA** amb detall de:
 1. Preocupacions i pors inicials
 2. Com es van resoldre/superar aquestes preocupacions i pors
 3. Procés de desenvolupament i creixement de l'empresa
 4. Moment actual
 5. Balanç de l'experiència: aprenentatges i necessitats clau

Cal que ens adaptem de forma natural al relat de l'entrevistada, però procurant aprofundir en els següents temes clau a mida que vagin apareixent en el seu discurs:

1. Preocupacions i pors inicials

- Presa de decisions generals (moment adient per iniciar l'activitat, llançar-se a la piscina, etc.)
- Dimensió financera (import de la inversió necessària, possible necessitat d'endeutament, etc.)
- Emprendre en solitari vs. en societat (percepció i valoració de cada alternativa)
- Gestió de processos (producció, proveïdors, maquinària, local industrial/comercial, etc.)
- Recursos humans (necessitat de personal, com gestionar-lo, rotació, dificultat per cobrir les baixes, etc.)
- Màrqueting i publicitat
- Conciliació personal/familiar
- Altres (...)

2. Com es van resoldre/superar aquestes preocupacions i pors

- Explorar si va rebre ajuda externa i de quins tipus:
 - › En quines qüestions específiques
 - › Per part de qui/què
 - › Com valora aquesta ajuda
 - › Detectar si va trobar a faltar més ajudes, en quines qüestions específiques i de quin tipus
 - Necessitats sense satisfer
- Possible formació rebuda:
 - › En algun moment es va formar en alguna matèria específica relacionada amb el negoci? De quin tipus? Com? Per part de qui? (explicar)
 - › S'ha anat formant després d'emprendre? Ha sigut formació relacionada amb l'objecte del negoci i/o amb gestió empresarial?
 - Necessitats sense satisfer
- Dimensió financera:
 - › La inversió la va cobrir amb diners propis o bé es va endeutar?
 - › En cas d'endeutament, com ho va fer? (diners de la família, d'amics o del banc; temps necessari per recuperar la inversió, etc.).
 - Necessitats sense satisfer
- Conciliació familiar:
 - › Ha tingut fills/filles? Ha gaudit de la baixa maternal al complet? L'ha compartida amb la seva parella?
 - › Ha hagut de tenir cura d'alguna persona dependent? Com ho ha gestionat?
 - › Qui es responsabilitza de les tasques de reproducció domèstica a casa seva?
 - › Com viu la seva família la intensitat de la seva feina? Rep suport o incomprensió?
 - › Treballa els caps de setmana? Com s'organitza?
 - › Si te treballadors, com gestiona aquestes qüestions en les seves condicions laborals?
 - Necessitats sense satisfer

3. Procés de desenvolupament i creixement de l'empresa

- Quins són els reptes específics als que s'ha hagut d'enfrontar?

En cas necessari, suggerir les següents àrees:

- › Innovació en producte o en processos
 - › Decisions de creixement (obrir o tancar línies de negoci, afegir o eliminar productes/serveis, obrir o tancar locals, augmentar o reduir plantilla. Risc assumit i resultat de la decisió)
 - › Internacionalització
 - › Comerç electrònic
 - › Finances (problemes de tresoreria, dificultats de cobrament dels clients, costos de l'endeutament, marge de benefici)
 - › Gestió de processos (producció, proveïdors, maquinària, local industrial o comercial, etc.)
 - › Recursos humans (necessitat de personal, com gestionar-lo, rotació, dificultat per cobrir les baixes, etc.)
 - › Màrqueting i publicitat (assistència a fires o mercats, pàgina web, gestió de xarxes socials, comerç electrònic, servei a domicili o transport, mailings, com augmentar quota de mercat?)
 - › Com fidelitzar clients?
 - › Conciliació personal/familiar (tant d'ella com de les persones que treballen amb ella. Aspectes com ara horaris laborals, quadratura calendari laboral i escolar, baixes per maternitat/paternitat, teletreball, tasques de cura i reproducció domèstica)
 - › Satisfacció personal i gestió de l'estrès: com se sent en aquest sentit? Com gestiona l'estrès?
 - Explorar com ha anat afrontant cadascun d'aquests reptes:
 - › Motivacions concretes en cada moment
 - › Dificultats que s'ha anat trobant
 - › Decisions preses
 - › Ajudes rebudes
 - › En quines qüestions específiques
 - › Per part de qui/què
 - › Com valora aquesta ajuda
- Necessitats sense satisfer

4. El moment actual

- En quin moment es troba actualment el teu negoci?
 - › Com el valors?
 - › Cap a on vols dirigir el teu negoci?
 - › A quins reptes t'enfrontes ara mateix?

5. Balanç de l'experiència: aprenentatges i necessitats clau

Fent una ullada a l'esquema que hem dibuixat del teu recorregut com a dona emprenedora:

- Com definiries, des de la perspectiva de dona emprenedora, el sector en el que opera el teu negoci?
 - › Què el defineix, en positiu i en negatiu?
 - › Planteja reptes específics? Quins?
- En aquesta aventura de l'emprenedoria, creus que el fet de ser dona ha tingut/té unes implicacions particulars?
 - › En quin sentit?
 - › En què es concreten?
 - › Com han afectat la teva aventura? (en positiu / en negatiu)
- Mirant enrere i fent balanç de l'experiència fins ara, haguessis fet les coses de manera diferent?
 - › Quines?
 - › Perquè?
 - › Com ho faries ara? Què t'aportaria aquest canvi?

D. Associacions empresarials i polítiques públiques de foment i suport a l'emprenedoria femenina

Ara m'agradaria parlar d'associacions empresarials de dones:

- En coneixes/pertanyes a alguna? Quines?
- Com les vas arribar a conèixer? (vies d'accés)
- Quina és la raó de ser d'aquestes associacions? Quines són les seves funcions?
- Com valores la tasca que realitzen?
 - › Et resulten/han resultat d'ajuda o utilitat en algun moment? En quines qüestions? Com? (explicar)
 - › Quin és/ha estat el teu nivell de satisfacció? Principals àrees de satisfacció i d'insatisfacció
 - › Detectes àrees de millora en aquest sentit?
 - › Quines?
 - › Com creus que s'haurien d'articular/implementar aquestes millores?

Parlem ara de les polítiques existents en matèria de foment i suport a l'emprenedoria femenina a Barcelona:

- Què en saps d'aquesta qüestió?
- Quines són les ÀREES sobre les que s'articulen i implementen aquestes polítiques?
 - › FORMACIÓ en aspectes generals de la gestió empresarial i en aspectes específics de determinats sectors (p. ex. hotelaria, comerç minorista, empresa de base tecnològica, indústria)
 - › PROMOCIÓ (creació d'empreses) i ACOMPANYAMENT (consolidació)
 - › XARXES empresarials i mentoria
 - › CONCILIACIÓ FAMILIAR

- Quines són les ENTITATS que promouen i duen a terme aquestes polítiques a Barcelona?
- Com valoren la tasca que realitzen?
 - › Et resulten/han resultat d'ajuda o utilitat en algun moment? En quines qüestions? Com? (explicar)
 - › Quin és/ha estat el teu nivell de satisfacció? Principals àrees de satisfacció i d'insatisfacció
 - › Detectes àrees de millora en aquest sentit? Quines? Com creieu que s'haurien d'articular/ implementar aquestes millores?

GUIA ENTREVISTA EXPERTES

A. Introducció: Presentació de la recerca i de l'entrevistada. Quina és la teva relació amb l'emprenedoria femenina?

B. Retrat de la dona emprenedora a Barcelona

Comencem parlant en general de l'emprenedoria femenina a Barcelona en el moment actual:

- Des de la teva perspectiva, quina creus que és la situació actual de l'emprenedoria femenina a Barcelona?
- Detectes canvis en els últims anys? De quins tipus? Com els valoren?
 - › Ha crescut/disminuït? Detectes diferències remarcables per sectors?
 - › Ha canviat el perfil de dona emprenedora? En quin sentit?
- Cap a on creus que es dirigeix?
- En l'aventura de l'emprenedoria, creus que el fet de ser dona té unes implicacions particulars (en positiu i en negatiu)?
 - › En quin sentit?
 - › En què es concreten? (avantatges i inconvenients o dificultats afegides)

Des de la teva experiència com a experta en FORMACIÓ / XARXES EMPRESARIALS / ACOMPANYAMENT EN CREACIÓ I GESTIÓ EMPRESARIAL, m'agradaria que intentéssim realitzar un retrat robot de la dona emprenedora a Barcelona...

- El punt de partida de l'aventura emprenedora:
 - › Quines creus que són les motivacions més habituals per emprendre en les dones?
 - › Necessitat (ex.: quan es queden a l'atur, s'emprèn per aconseguir simplement un modus vivendi)
 - › Recerca de realització pròpia/de llibertat/d'autoafirmació
 - › Ambició econòmica
 - › Background familiar (existència o no de tradició emprenedora)
 - › Oportunitat: negocis basats en la innovació, ja sigui en producte (s'inventa un producte o servei), en procés productiu (s'inventa una màquina que fabrica un producte ja existent, però amb més qualitat o bé més de pressa) o en territori (per exemple, comercialitzar a Espanya un producte que existeix a Irlanda)
 - › Altres (...)

- › Què acostuma a determinar que emprenguin en un determinat sector o en un altre?
 - › Background familiar (tradició emprenedora en un determinat sector)
 - › Formació rebuda
 - › Experiència i recorregut professional previs
 - › Detecció d'una oportunitat de negoci
 - › Convertir en feina un hobby
 - › Altres (...)
- › Quins són els frens/dubtes/pors inicials més habituals en les dones?
 - › Dubtes sobre les pròpies capacitats (síndrome de la impostora)
 - › Manca de recolzament de l'entorn
 - › Limitacions financeres
 - › Manca de coneixements empresarials
 - › Altres (...)
- A què creus que es deuen?
- Com s'acostumen a superar aquestes pors/dubtes inicials?
- El procés de CREACIÓ de l'empresa:
 - › Emprendre en solitari o en societat:
 - › Alguna d'aquestes dues fórmules acostuma a ser més habitual entre dones emprenedores? Quina?
 - › A què ho atribueixes? Perquè les dones acostumen a decantar-se més per X alternativa?
 - › Detectes diferències per sector d'activitat/edat/nivell d'estudis?
- El capital necessari per crear l'empresa:
 - › Busquen finançament? On el busquen?
 - › Amb quines dificultats es troben més habitualment?
 - › Com les resolen?
 - › Detectes diferències per sector d'activitat/edat/nivell d'estudis?
- Quan busquen assessorament, ajuda i suport per a la creació de l'empresa:
 - › En quins àmbits ho fan més habitualment?
 - › Finances
 - › Gestió de processos (producció, proveïdors, etc.)
 - › Recursos humans
 - › Màrqueting i publicitat
 - › Què les empeny a buscar aquestes ajudes?
 - › A qui o a on acostumen a dirigir-se? Motius
 - › Detectes diferències per sector d'activitat/edat/nivell d'estudis?
 - › Creus que troben l'ajut que necessiten? Argumentar
 - › El procés de **consolidació** de l'empresa

- A quins reptes específics s'enfronta la dona empresària en la consolidació de l'empresa en els diferents àmbits:
 - › Finances
 - › Gestió de processos (producció, proveïdors, etc.)
 - › Recursos humans
 - › Màrqueting i publicitat
 - › Conciliació personal/familiar
- Aquest reptes plantegen noves necessitats que es tradueixin en una recerca d'ajuda externa? De quin tipus?
 - › A qui o a on acostumen a dirigir-se? Motius
 - › Detectes diferències per sector d'activitat/edat/nivell d'estudis?
 - › Creus que troben l'ajut que necessiten? Argumentar

Valoració de les actuals polítiques i programes de foment i suport a l'emprenedoria femenina i detecció d'àrees de millora.

Parlem ara de les polítiques existents en matèria de foment i suport a l'emprenedoria femenina a Barcelona:

- Quines són les ÀREES sobre les que s'articulen i implementen aquestes polítiques?
 - › FORMACIÓ
 - › PROMOCIÓ (creació d'empreses) i ACOMPANYAMENT (consolidació). Especificar tipus de formació
 - › XARXES empresarials i mentoria
 - › CONCILIACIÓ FAMILIAR
 - › Altres
- Com valoren aquestes polítiques?
 - › Són adients?
 - › Són suficients?
 - › Detectes necessitats per cobrir? Quines?
- Quines són les ENTITATS que promouen i duen a terme aquestes polítiques a Barcelona?
 - › Les dones emprenedores coneixen aquestes entitats? Quines són les vies de coneixement/contacte més habitual?
 - › *En cas que percebin que el nivell de coneixement és insuficient/limitat:*
 - › A què creus que és degut?
 - › Com creus que es podria corregir aquesta situació?

Parlem en concret de la teva àrea d'expertise, de com és la relació que s'estableix amb les dones emprenedores i del suport que els ofereixes.

Preguntes específiques per expertes en FORMACIÓ:

- En quin moment de la seva aventura empresarial les dones emprenedores acudeixen a tu/vosaltres?
- Què busquen? Amb quines expectatives arriben?
- Com és la relació que s'estableix amb aquestes dones?
- Què motiva les dones emprenedores a buscar formació en la seva aventura d'emprenedoria?
- Sobre quines àrees/temàtiques s'acostuma a demandar/buscar més formació?
- Detectes diferències per sector d'activitat/edat/nivell d'estudis?
- Quin és el nivell de coneixement de l'oferta de formació per part de les dones emprenedores? Quines són les vies de coneixement i accés més habituals als programes de formació?
 - › En cas que percebin que el nivell de coneixement és insuficient/limitat:
 - › A què creus que és degut?
 - › Com creus que es podria corregir aquesta situació?

Preguntes específiques per expertes en PROMOCIÓ i ACOMPANYAMENT:

- En quin moment de la seva aventura empresarial les dones emprenedores acudeixen a tu/vosaltres?
- Què busquen? Amb quines expectatives arriben?
- Com és la relació que s'estableix amb aquestes dones?
- Sobre quines qüestions específiques acostumen a plantejar més dubtes/necessitats d'ajuda?
- Detectes diferències per sector d'activitat/edat/nivell d'estudis?
- Quin és el nivell de coneixement de l'oferta de programes de PROMOCIÓ i ACOMPANYAMENT per part de les dones emprenedores? Quines són les vies de coneixement i accés més habituals als programes de PROMOCIÓ i ACOMPANYAMENT?
 - › En cas que percebin que el nivell de coneixement és insuficient/limitat:
 - › A què creus que és degut?
 - › Com creus que es podria corregir aquesta situació?

Preguntes específiques per expertes en XARXES EMPRESARIALS:

- Quina és la raó de ser d'aquestes associacions? Quines són les seves funcions?
- Responen a un determinat perfil d'emprenedora les dones que pertanyen a aquestes associacions? Com el definiries?
- Quin és el nivell de coneixement de les XARXES EMPRESARIALS DE DONES per part de les emprenedores? Quines són les vies de coneixement i accés més habituals als programes de formació?
 - › En cas que percebin que el nivell de coneixement és insuficient/limitat:
 - › A què creus que és degut?
 - › Com creus que es podria corregir aquesta situació?

→ A TOTES:

- En quina mesura creus que les dones emprenedores estan satisfetes amb el suport rebut?
- Quines àrees/aspectes de millora detectes? Com s'haurien d'implementar aquestes millores?

